



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



Michele Carvalho Seixas Farias

**Estruturação do Departamento de
Relações com Investidores:
Estudo de caso na criação da Gerência de Relações com
Investidores e Mercado de Capitais do Banrisul**

Porto Alegre

2009

Michele Carvalho Seixas Farias

**Estruturação do Departamento de
Relações com Investidores:**

**Estudo de caso na criação da Gerência de Relações com
Investidores e Mercado de Capitais do Banrisul**

**Trabalho de conclusão de curso de
Especialização apresentado ao Programa de
Pós-Graduação em Administração da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Especialista em Administração.**

Orientador: Prof. Dr. Gilberto Kloeckner

Porto Alegre

2009

Michele Carvalho Seixas Farias

Estruturação do Departamento de Relações com Investidores:

**Estudo de caso na criação da Gerência de Relações com Investidores
e Mercado de Capitais do Banrisul**

**Trabalho de conclusão de curso de
Especialização apresentado ao Programa de
Pós-Graduação em Administração da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Especialista em Administração.**

Conceito Final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. – UFRGS

Prof. Dr. – UFRGS

Prof. Dr. – UFRGS

Orientador – Prof. Dr. Gilberto Kloeckner – UFRGS

Aos meus pais, que tudo fizeram por mim e por me tornarem a mulher que sou hoje; ao meu marido, que sempre esteve ao meu lado, me incentivando e apoiando; e a meu filho, pois é por que busco qualificação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul) por conceder-me uma bolsa de estudos viabilizando meu ingresso no curso de especialização em finanças, e à Unidade Financeira por fornecer-me o suporte necessário que embasou este trabalho. Aos funcionários da Gerência de Relações com Investidores que auxiliaram na prestação de informações e à equipe da APIMEC Sul que disponibilizou alguns materiais utilizados para fundamentar esta pesquisa.

RESUMO

Esta monografia busca nortear a estruturação de um departamento de Relações com Investidores, com base no estudo de caso do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul). O ingresso de investidores no mercado acionário cresceu bastante, motivado pelo crescimento econômico, pela sensível redução dos juros nos últimos anos e pelo aumento da transparência. O boom do mercado de capitais transformou os profissionais de RI em alvo das companhias de capital aberto ou que desejam abrir capital na bolsa de valores. A percepção de que um bom relacionamento das empresas com o mercado traz resultados aliada à crescente exigência de boas práticas de Governança Corporativa por parte dos investidores, contribuíram para o desenvolvimento da atividade de RI nas companhias. Assim, as áreas de RI devem estar focadas na qualidade das informações divulgadas, no *full disclosure* na condução dos negócios e na competência no atendimento aos investidores e agentes do mercado.

ABSTRACT

This paper seeks to guide the structuring of a Investor Relations area, and is based on Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Barrisul) case study. The entry of investors in the Brazilian stock market has increased significantly in recent years, driven by economic growth, by a significant reduction in interest rates and by increased transparency. The boom in the stock market targeted IR professionals by companies already listed or those intending to go public. The perception that a good relationship between the companies and the market brings results, together with the growing demand for good Corporate Governance practices by investors, has contributed to the development of IR activity in companies. Thus, all areas of IR must focus on the quality of the information provided, on full disclosure of business management and on a high level of competence in dealing with investors and market players generally.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----------|
| Figura 1 – Estrutura Organizacional do Banrisul..... | 39 |
| Figura 2 – Distribuição Geográfica das Agências do Banrisul..... | 40 |
| Figura 3 – Composição Acionária antes da Oferta Pública..... | 46 |
| Figura 4 – Composição Acionária Atual..... | 47 |
| Figura 5 – Website do Banrisul..... | 60 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----------|
| Tabela 1 – Custos de Abertura de Capital..... | 19 |
| Tabela 2 – Comparação entre os Segmentos de Governança Corporativa..... | 28 |
| Tabela 3 – Custos de Abertura de Capital..... | 42 |
| Tabela 4 – Propostas de Coordenação..... | 43 |
| Tabela 5 – Composição Acionária antes da Oferta..... | 46 |
| Tabela 6 – Composição Acionária Atual..... | 47 |
| Tabela 7 – Calendário da Oferta..... | 48 |
| Tabela 8 – Ações em Circulação..... | 51 |
| Tabela 9 – Perspectivas do Banrisul..... | 63 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 1. O MERCADO DE CAPITAIS..... | 14 |
| 1.1 EFICIÊNCIA DO MERCADO ACIONÁRIO..... | 16 |
| 1.2 A ABERTURA DE CAPITAL..... | 16 |
| 2. GOVERNANÇA CORPORATIVA..... | 20 |
| 2.1 GOVERNANÇA CORPORATIVA NO BRASIL..... | 21 |
| 2.2 PRÁTICAS DIFERENCIADAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA..... | 24 |
| 2.2.1 Companhia Nível 1..... | 25 |
| 2.2.2 Companhia Nível 2..... | 26 |
| 2.2.3 Companhia Novo Mercado..... | 27 |
| 2.2.4 Comparação entre os Segmentos..... | 28 |
| 3. RELAÇÕES COM INVESTIDORES..... | 30 |
| 3.1 ATRIBUIÇÕES DO DEPARTAMENTO DE RI..... | 31 |
| 3.2 OBRIGAÇÕES LEGAIS..... | 34 |
| 4. DIVULGAÇÃO EXTERNA..... | 36 |
| 5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... | 38 |
| 6. O BANRISUL..... | 39 |
| 6.1 A OFERTA PÚBLICA DE AÇÕES DO BANRISUL..... | 41 |
| 6.2 GOVERNANÇA CORPORATIVA NO BANRISUL | 49 |
| 7. A GERÊNCIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES NO BANRISUL..... | 53 |
| 7.1 ATRIBUIÇÕES DA GERÊNCIA DE RI DO BANRISUL..... | 58 |
| 7.2 POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO EXTERNA NO BANRISUL..... | 61 |
| 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 65 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 67 |
| GLOSSÁRIO..... | 69 |

INTRODUÇÃO

A bolsa de valores se popularizou. O ingresso de investidores no mercado acionário cresceu bastante, motivado pelo crescimento econômico, pela sensível redução dos juros nos últimos anos e pelo aumento da transparência. Além disso, a relativa estabilidade da economia atrai a poupança de longo prazo, ainda que a taxa Selic venha sendo ajustada nos meses recentes. Após um breve período de crise mundial, as bolsas de valores e os investidores voltam a estreitar os laços a medida que os países vão se reerguendo gradativamente.

Atender a multidão de acionistas que está chegando à bolsa é o novo desafio do mercado financeiro brasileiro. O desenvolvimento de ferramentas que facilitam o acesso à renda variável e a alta das ações, além do trabalho de popularização atraíram mais pessoas físicas à Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). O percentual de investidores individuais no volume financeiro, que há 14 anos era de 9,7%, já passa de 30%, conforme dados divulgados na Revista RI. Para atender a nova demanda, as empresas estão buscando adaptar o departamento de Relações com Investidores (RI).

Com o aprimoramento das ferramentas de internet, o investidor se sentiu mais seguro para investir. O empenho em ampliar a transparência nos últimos anos aumentou, além da busca pelo atendimento personalizado ao acionista. Uma vez que o investidor entenda melhor o mercado, haverá uma melhor precificação dos ativos e as ações tendem a se valorizar. Para isso, é preciso aprimorar constantemente a comunicação. O fornecimento de informações relevantes e precisas das empresas de capital aberto e ações listadas em Bolsa de Valores denota a importância de um departamento de Relações com Investidores bem estruturado. Informações essas que irão influenciar na tomada de decisão dos investidores para aplicar ou não em determinada empresa, dos acionistas para manter seu investimento, e dos analistas para indicar a compra das ações. A busca é por melhorar o nível de detalhamento das explicações aos acionistas e agentes do mercado, o que originou um incremento na quantidade de informações disponível via internet. Os sites procuram divulgar informações relevantes de maneira simplificada.

Os profissionais de Relações com Investidores são os intermediários que facilitarão o acesso a tais dados, viabilizando o fluxo e a análise das informações corporativas, no mercado de capitais. Dentre as maiores dificuldades encontradas pelas empresas está a adaptação da linguagem ao investidor que ainda não tem pleno conhecimento do mercado. Com esse intuito, as companhias utilizam diversas ferramentas que facilitem a aproximação do acionista, como email, telefone, fax, website, mailing-list, participação em eventos, entre outros que serão apresentados ao longo deste trabalho. Adicionalmente, os profissionais de RI devem disponibilizar tantas informações quantas forem necessárias, para tornar o valor da ação o mais próximo possível do seu preço justo, que, por sua vez, conferirá maior liquidez para os ativos da empresa.

O problema em foco neste trabalho é a estruturação da área de Relações com Investidores (RI) em uma empresa de capital aberto, ou que esteja abrindo capital. Para isso, far-se-á uma análise introdutória no conceito de Mercado de Capitais e de Governança Corporativa para depois discorrer sobre o departamento de Relações com Investidores, identificando a origem, as mudanças ocorridas ao longo dos anos e as atribuições pertinentes à área de RI e seus profissionais.

O objetivo geral é entender como estruturar um departamento de relações com investidores com base no caso do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul). Apesar de ser uma companhia de capital aberto desde sua constituição em 1928, permanecia às margens da negociação em bolsa, tendo liquidez quase nula. O banco realizou oferta pública de emissão primária e secundária de ações preferenciais na metade do ano de 2007 e criou a *Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais* na ocasião da Oferta, ainda aderiu ao Nível 1 de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).

Definiu-se como objetivos específicos do trabalho analisar aspectos da função de relações com investidores, identificando os pilares para um departamento de RI bem estruturado e os procedimentos adotados pelo Banrisul para compor a gerência de RI em tempo recorde, bem como a construção de uma cultura de RI na empresa; identificar a legislação aplicada, tendo em vista que a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) disciplina sobre a exigência de uma diretoria para exercer a função de

relacionamento com o mercado, como também sobre aspectos da divulgação de informações; identificar atribuições do Nível 1 de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa da Bovespa, visto que o Banrisul aderiu a este nível recentemente e as particularidades impostas por esta adesão; e estudar a política de Divulgação Externa, segundo disposta em instrução da CVM e as necessidades do mercado, analisando a política de divulgação estabelecida pelo Banrisul. Com isso, procura-se elaborar um check-list dos procedimentos necessários para a criação de um departamento de relações com investidores, de maneira a formar uma equipe qualificada e preparada para atender as necessidades do mercado e as exigências de leis, disponibilizando as informações corporativas de modo adequado e eficaz para embasar as decisões de investimento e as análises realizadas pelos agentes de mercado. Além de atender com eficiência aos acionistas, investidores, analistas e agentes regulatórios, a área de relações com investidores deve atingir os objetivos da empresa, no que diz respeito ao preço justo das ações.

No capítulo 1, será feita uma breve introdução ao mercado de capitais, onde será trabalho o conceito de mercados eficientes. No capítulo 2, passar-se-á para Governança Corporativa e os diferentes níveis definidos pela Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). No capítulo 3, entrar-se-á na análise de relações com investidores, em que serão analisados os pilares e as atribuições da área, as funções do profissional de RI, as obrigações legais e as necessidades do mercado. No capítulo 4, falar-se-á sobre a divulgação externa, a definição da CVM e as sugestões para certificação da Associação Brasileira das Companhias Abertas e da KPMG. No capítulo 5, serão apresentados os procedimentos metodológicos, baseados no estudo de caso do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul), e no capítulo 6, serão analisados os procedimentos adotados pelo Banrisul na criação da gerência de RI. Por fim, no capítulo 7, serão apresentadas as considerações finais.

1. O MERCADO DE CAPITAIS

O mercado de capitais é importante porque possibilita que as empresas tenham acesso a fontes de recursos que favoreçam a expansão de seus mercados. Caracteriza-se pela padronização dos contratos de transferência de recursos entre os agentes econômicos. O crescimento da economia se faz com aumento contínuo da capacidade de produção (investimento macroeconômico). Essa expansão, por sua vez, produz acumulação de capital produtivo (riqueza) e aumento de produtividade (rendimento dos fatores de produção). Os investimentos e a forma como são realizados estão na raiz do processo de desenvolvimento econômico e social. A poupança é componente essencial do processo. A eficiência na utilização da poupança é crucial e determina o custo do investimento. A melhor conjunção de todos esses fatores gera um círculo virtuoso do desenvolvimento, que permite à sociedade desfrutar de níveis crescentes de bem-estar e redução de pobreza, acelerando o crescimento econômico. A função do mercado de capitais é aproximar os dois agentes do mercado, poupador e empreendedor, alinhando seus interesses e criando vantagens mútuas.

O mercado de capitais engloba o mercado de dívida a longo prazo (com prazo de vencimento superior a um ano) e ações. Este trabalho se deterá nestas últimas. As ações são títulos de participação negociáveis que representam parte do capital social de uma empresa e que confere ao seu possuidor o direito de participação nos resultados da mesma. As ações podem ser ordinárias, gozando dos direitos de participação na administração da sociedade e nos resultados financeiros, tendo como característica básica o direito de voto; ou preferenciais, que não possuem direito a voto, em troca do privilégio de ter a preferência nos resultados da empresa. A lei das Sociedades Anônimas estabelece que a empresa pode emitir no máximo 50% do seu capital social em ações preferenciais.

As empresas obtêm capital acionário internamente, ganhando dinheiro e retendo-o na empresa, ou externamente, emitindo novos títulos acionários. As ações podem ser ordinárias ou preferenciais. As primeiras representam a divisão de propriedade de uma corporação que geralmente dá a seus detentores direito de voto nos assuntos de

interesse da companhia, direito sobre os seus lucros após o término de todas as obrigações e controle sobre a forma como a empresa é operada. Já as ações preferenciais são instrumentos financeiros que dão aos seus detentores prioridade no recebimento de resultados distribuídos de uma empresa, e nem sempre concedem direito de voto nas decisões da companhia, a menos que os dividendos preferenciais fiquem suspensos.

A empresa é uma forma de organizar a atividade econômica de vários indivíduos. Um problema básico da empresa é a obtenção de recursos financeiros. A sociedade por ações é o método convencional de solução do problema de captação de volumes elevados de caixa. A sociedade adota o estatuto social para regulamentar as relações entre acionistas (proprietários), diretores e executivos (a alta administração). Tradicionalmente, os acionistas controlam a orientação, as políticas e as atividades da empresa. Eles elegem um conselho de administração que, por sua vez, contrata os executivos. Os membros da administração gerem as atividades da companhia de acordo com os interesses dos acionistas. A empresa organizada como sociedade por ações procura maximizar a riqueza dos acionistas tomando decisões que aumentem o valor corrente de cada ação da companhia.

A possibilidade de se adquirir uma empresa através da compra de ações constitui um importante incentivo para a entrada de novos investidores no mercado. Segundo a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), entre cinco e oito milhões de brasileiros aplicam parte do seu patrimônio em ações ou fundo de ações.

O mercado acionário pode ser primário ou secundário. O primeiro é aquele onde se faz a colocação inicial de um título, sua primeira operação de compra. O segundo é aquele criado para permitir a negociação contínua de papéis emitidos no passado, dando liquidez a um ativo. Sua existência garante uma demanda de reserva disposta a absorver esses papéis, reduzindo os riscos do possuidor do papel.

Os investidores podem ser individuais ou institucionais. Estes são pessoas jurídicas que, por determinação governamental, são obrigadas a investir parte de seus capitais no mercado de ações, constituindo uma carteira de investimentos. Elas podem ser sociedades seguradoras, clubes de investimento, sociedades de capitalização ou fundos de investimento. Aqueles são pessoas físicas ou jurídicas que participam

diretamente do mercado, seja comprando ou vendendo ações, por si próprios, assumindo os riscos sozinhos.

O que leva um investidor a comprar ou não uma ação, depende do nível de informação que ele possui, e para isso, é preciso conceituar a eficiência de mercado. Mais adiante, serão apresentados os procedimentos para a abertura de capital, meio pelo qual as empresas ingressam no mercado primário.

1.1 EFICIÊNCIA DO MERCADO ACIONÁRIO

O conceito de mercados eficientes é dado pelas informações disponíveis ao mercado. Todos os métodos usados para avaliar ações partem do princípio de que os preços do título satisfazem àquilo que os economistas financeiros chamam de hipótese dos mercados financeiros, conforme Mark Grinblatt e Sheridan Titman (2005). O preço justo da ação deve refletir integralmente as informações disponíveis. Isso significa dizer que os preços do mercado financeiro estão em linha com seus valores fundamentais, não oferecendo aos investidores altos retornos sem expô-los a altos riscos.

O preço é ajustado a cada nova informação conhecida, disponibilizada de forma rápida e equânime. O ponto fraco disso é o retorno excessivo associado ao tamanho da empresa, por exemplo. O preço é influenciado pela retenção de uma informação útil e/ou divulgação de uma incorreta.

1.2 A ABERTURA DE CAPITAL

A decisão de abertura de capital está atrelada à decisão de investimento e financiamento. As fontes de fundos para uma empresa podem ser internas, através de lucros retidos e fluxo de caixa; e externas, através de recursos de terceiros ou recursos próprios. Os recursos de terceiros são títulos de dívida e podem ser debêntures,

commercial papers, empréstimos bancários, securitização e bônus. Já os recursos próprios são provenientes do capital acionário, objeto deste trabalho. O capital próprio reduz o risco financeiro da empresa.

Uma companhia é considerada aberta quando os valores mobiliários de sua emissão são admitidos à negociação em bolsa de valores ou em mercado de balcão. Para que a empresa obtenha sua condição de companhia aberta, é necessário que sejam cumpridas as exigências legais e institucionais disciplinadas pela Lei das Sociedades Anônimas (S.A.) – 6404/76 e pela Instrução CVM 202.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) é uma entidade autárquica, vinculada ao Ministério da Fazenda. A CVM assumiu muitas atribuições que eram de responsabilidade do Conselho Monetário Nacional (CMN), órgão máximo do Sistema Financeiro Nacional (SFN), criando normas e políticas para toda a economia. A CVM procura incentivar as empresas a adotarem boas práticas de Governança Corporativa, no sentido de orientá-las nas questões que possam influenciar, significativamente, a relação entre administradores, conselheiros, auditores independentes, acionistas majoritários e minoritários, buscando estimular o desenvolvimento do Mercado de Capitais brasileiro. São funções da CVM:

- Assegurar o funcionamento eficiente e regular dos mercados de bolsa e de balcão;
- Proteger os titulares de valores mobiliários contra emissões irregulares e atos ilegais de administradores e acionistas controladores de companhias ou de administradores de carteiras de valores mobiliários;
- Evitar ou coibir modalidades de fraudes ou manipulação destinadas a criar condições artificiais de demanda, oferta ou preço de valores mobiliários negociados no mercado.

O mercado de IPO (Oferta Pública Inicial – *Inicial Public Offer*, na sigla em inglês) tem um comportamento cíclico. Há períodos em que um número especialmente grande de novas empresas, que são incapazes de obter recursos privados sob condições atraentes, tem projetos que precisam ser financiados, do lado da demanda. Já do lado da oferta, podem existir períodos em que os investidores e as instituições que tradicionalmente investem em IPO's tenham muito dinheiro para investir.

Uma empresa que está pensando em abrir seu capital estaria interessada em saber se os períodos de aquecimento para as emissões são conduzidos por uma grande demanda por empresas que precisam se financiar ou por uma grande oferta de fundos que precisam ser investidos. Se o aquecimento é conduzido pela demanda, os empreendedores podem optar por evitar a abertura de capital devido à concorrência, que indica que é melhor aguardar por melhores preços. Se for conduzido pela oferta, os empreendedores são capazes de vincular sua IPO a um maior fluxo de recursos disponíveis e assim fechar melhores operações nos períodos em que há um número elevado de emissões.

A visibilidade atrai as empresas para o mercado de ações. Após o IPO, a empresa passa a ser avaliada constantemente pelos investidores. A cotação das ações é um equilíbrio da percepção de muitos investidores, refletindo as perspectivas a respeito do futuro da empresa. Os gestores podem utilizar o mercado de ações como ferramenta para avaliar suas principais decisões. Estratégias percebidas positivamente podem “premiar” a empresa, com a valorização de suas ações. Já as percebidas negativamente podem penalizar a empresa, com a desvalorização das ações.

A abertura de capital ocorre no mercado primário, onde se negocia a subscrição de novas ações ao público. A subscrição particular ocorre quando a emissão é subscrita totalmente pelos antigos acionistas. O *underwriting* é o lançamento de novas ações no mercado, de forma ampla e não restrita à subscrição pelos atuais acionistas. A empresa encarrega ao intermediário financeiro da colocação desses títulos no mercado. A CVM determina que nenhuma empresa pode vender diretamente suas ações no mercado quando a emissão é pública. Faz-se necessária a intermediação de uma instituição financeira por meio de uma operação de *underwriting*. A instituição financeira somente subscreve as sobras de emissão, já que a lei brasileira assegura aos acionistas o direito de preferência à subscrição das novas ações a serem emitidas na proporção das ações que possuem na época.

Os responsáveis pela colocação de ações são o coordenador, que desempenha funções como elaboração da documentação, acompanhamento do processo e a apresentação da empresa para o mercado; o líder, que assume o risco de um lote significativo de ações e o distribui para os consorciados; e os consorciados, que fazem

o trabalho de varejo, colocando o papel para o investidor final, são as corretoras de valores participantes da oferta. As operações de *underwriting* implicam em custos de taxa de coordenação (de 0,5% a 1,0% do valor da operação), taxa de colocação (de 2,0% a 4,0% do valor da oferta) e taxa de garantia (de 3,0% a 5,0% do valor garantido).

A abertura de capital proporciona maior liquidez para o patrimônio dos acionistas e maior flexibilidade nas decisões estratégicas sobre a estrutura de capital da empresa, ampliando a base de captação de recursos financeiros e, conseqüentemente, aumentando seu potencial de crescimento. Ainda, proporciona profissionalização da gestão da empresa e melhora da imagem institucional. Por outro lado, implica na elevação dos custos operacionais como consequência das alterações estatutárias e na distribuição de dividendos. Adicionalmente, a necessidade de divulgação de informações aos diversos públicos, pode estimular interferência dos acionistas na gestão da empresa.

A abertura de capital envolve ainda outros custos, tais como os listados abaixo:

Tabela 1 – Custos de Abertura de Capital

| ETAPAS | TIPOS DE CUSTOS | | | |
|--|--|---|---|--|
| | LEGAIS E INSTITUCIONAIS | PUBLICAÇÃO, PUBLICIDADE E MARKETING | PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS FINANCEIROS | INTERNOS DA EMPRESA |
| Análise preliminar | | | | - Formação de grupo de estudos sobre a abertura; - Eventual consultoria externa de mercado de capitais. |
| Montagem da operação | Contratação de auditoria externa | - Edital de convocação e ata de assembléia; - Demonstrações financeiras. | Comissão de coordenação | |
| Processo com CVM | - Taxa de registro de emissão; - Registro de escritura de debêntures; - Agente fiduciário. | Prospecto | | |
| Registro em Bolsa | Anuidade à bolsa | | | |
| Pool e marketing de distribuição | | - Material informativo; - Visitas à empresa; - Apresentação aos investidores. | | |
| Distribuição e liquidação financeira | Serviço de ações escriturais | Anúncio de início e encerramento da distribuição | Comissão de garantia (se necessário) e distribuição | |
| Manutenção da condição de companhia aberta | Taxa de fiscalização da CVM | Informe aos acionistas | | - Criação do departamento de acionistas; - Estrutura de relações com o mercado. |

A abertura de capital exige a profissionalização da gestão da empresa e a melhoria da imagem institucional. É nesse ponto que entra a adoção de práticas de Governança Corporativa.

2. GOVERNANÇA CORPORATIVA

Governança corporativa é o sistema que assegura aos sócios-proprietários o governo estratégico da empresa e a efetiva monitoração da diretoria executiva. A relação entre propriedade e gestão se dá através do conselho de administração, a auditoria independente e o conselho fiscal, instrumentos fundamentais para o exercício do controle. A boa governança corporativa garante equidade aos sócios, transparência e responsabilidade pelos resultados (*accountability*).

O conceito de Governança Corporativa surgiu em 1992, com a publicação do Relatório *Cadbury*, elaborado como resposta aos escândalos registrados no mercado financeiro da Inglaterra no final dos anos 80. Já nos Estados Unidos, na metade dos anos 90, iniciou-se um movimento de busca por regras que protegessem os acionistas dos abusos de poder da diretoria executiva das empresas, da inércia de conselhos de administração e das omissões das auditorias externas. Hoje, nos EUA e Reino Unido, onde estão as raízes da governança, os mercados de capitais atingiram grande pulverização do controle acionário das empresas.

Para o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), Governança Corporativa é o sistema pelo qual as empresas são dirigidas e monitoradas, tratando dos relacionamentos entre acionistas/cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de Governança Corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da empresa, além de viabilizar seu acesso ao capital de forma a ganhar ou manter-se no mercado. Governança Corporativa envolve mecanismos através dos quais os fornecedores de capital se asseguram de que receberão retorno adequado sobre seus investimentos.

O investidor tem exigido um nível de transparência cada vez maior nas transações e nas operações internas da empresa além de uma maior precisão, clareza e objetividade na divulgação de informações. As boas regras de governança buscam oferecer o máximo de transparência sobre as decisões relevantes tomadas no interior da empresa de forma a garantir que os interesses dos acionistas sejam observados ao máximo.

Neste contexto, de evolução no relacionamento entre as empresas e o capital de terceiros e a fim de ganhar a confiança dos investidores, cada vez mais países passaram a considerar a relevância dos acionistas e adotar boas práticas de governança corporativa. A forte presença de empresas brasileiras negociando ações é um bom testemunho para a presença do Brasil no mercado global. Segundo Roberto Teixeira da Costa, em uma entrevista à Revista RI, o país é tido como aquele com melhor governança corporativa comparando-se com Rússia, Índia e China.

2.1 GOVERNANÇA CORPORATIVA NO BRASIL

A partir da década de noventa, as iniciativas por melhoras na Governança Corporativa têm tido velocidade que variam de país para país. No Brasil, as práticas de boa governança começaram a ser introduzidas a partir de 1995, com a criação de institutos, códigos e alterações na legislação. No ano de 2000, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) lançou oficialmente os segmentos diferenciados de governança corporativa: Nível 1, Nível 2 e Novo Mercado. Esta medida contribuiu significativamente para a abertura de capital de um número cada vez maior de empresas, e, conseqüentemente, para a inserção aos níveis de melhores práticas. O objetivo, segundo informativo da Bovespa, foi estimular o interesse dos investidores e a valorização das empresas listadas. A abertura econômica mostrou o quanto a estrutura e a cultura das suas empresas precisavam passar por mudanças. Desde então, muitas empresas vêm adotando políticas e programas que as têm tornado mais competitivas tanto no âmbito doméstico quanto no externo. Os seguintes fatores foram determinantes para a transformação do setor empresarial brasileiro:

- Privatizações;
- O movimento internacional de fusões e aquisições;
- O impacto da globalização;
- Necessidades de financiamento e, conseqüentemente, o custo do capital;
- A intensificação dos investimentos de fundos de pensão;

- A postura mais ativa de atuação dos investidores institucionais nacionais e internacionais.

O Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa lançado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) em maio de 1999, diz que “a governança corporativa visa o tratamento justo a todos os acionistas ou cotistas, a transparência das operações e das estruturas da empresa e a cobrança de responsabilidade do Conselho de Administração, do executivo principal, da diretoria e dos auditores independentes”. Os princípios básicos da boa governança são:

- Transparência (*disclosure*);
- Equidade (*fairness*);
- Prestação de contas (*accountability*);
- Responsabilidade corporativa (sustentabilidade).

A transparência e a prestação de contas tornam mais clara a forma de atuação da empresa, auxiliando na decisão de investimento. A transparência é indispensável para que se construa um clima de confiança no mercado de capitais, é o compromisso com a informação espontânea, ágil e direta, com responsabilidade na prestação dessa informação. A transparência tem de levar em conta a necessidade de a empresa obter uma relação custo/benefício positiva. Já a equidade de tratamento aos acionistas torna os papéis mais atrativos aos investidores e conseqüentemente mais líquidos. É ela que há de pautar o relacionamento entre os agentes da governança corporativa e as diferentes classes de proprietários. A equidade é o tratamento justo e indiscriminado aos grupos minoritários, sem que haja informação ou usuário privilegiado. A responsabilidade corporativa determina que, em situação de conflito, ainda que aparente, entre os interesses da organização e a reputação profissional, deve prevalecer a reputação. A sustentabilidade constitui-se em uma visão mais ampla da estratégia empresarial, na qual todos zelam pela perenidade da empresa sem a ânsia de resultados que muitas vezes podem ser rápidos, mas também erráticos e efêmeros. O importante é garantir desempenhos cada vez melhores às empresas, de forma sustentável ao longo do tempo. O mercado está se tornando cada vez mais seletivo. A não adoção significará num futuro próximo alijamento das oportunidades de captação.

A adoção de boas práticas de governança assegura aos investidores a preferência de seus interesses, melhora a performance e facilita acesso ao capital a um custo menor, tornando a empresa mais competitiva. E, para as empresas, isso significa que elas terão melhores retornos. O objetivo da empresa é, em última análise, a criação de valor para o acionista e manter um relacionamento construtivo com os investidores. A governança é um processo para facilitar esses objetivos.

A Governança Corporativa objetiva promover a prosperidade e a responsabilidade das empresas, estipulando uma estrutura para os princípios de administração da empresa, estabelecendo os controles que envolvem tanto as responsabilidades como a autoridade, e organizando o fluxo de informações e o acesso para o conselho e os acionistas.

Democracia e governança corporativa caminham juntas, e são importantes na modernização da economia brasileira, um processo que inclui necessariamente o fortalecimento do mercado de capitais. Quando uma empresa cresce e se moderniza, passa a ter maior responsabilidade na qualidade das informações que fornece. Conforme evolui, a companhia passa a ter mais visibilidade. Seus acionistas, principalmente minoritários, precisam ter seus direitos reconhecidos porque, de alguma forma, participam dos rumos do empreendimento. A governança ganha força neste ponto. Não se trata apenas de proteger o acionista minoritário, mas todos os acionistas. Tampouco se refere somente a empresas privadas, mas também deve ser aplicada no setor público.

A Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) é uma das precursoras na introdução dos conceitos de boas práticas de governança no Brasil, tornando-se referência nacional e internacional sobre o tema. Em 2000, lançou os segmentos especiais de listagem com práticas diferenciadas de governança corporativa.

2.2 PRÁTICAS DIFERENCIADAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Implantados em dezembro de 2000, pela Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), os Níveis Diferenciados de Governança Corporativa são segmentos especiais de listagem que foram desenvolvidos com o objetivo de proporcionar um ambiente de negociação que estimulasse, simultaneamente, o interesse dos investidores e a valorização das companhias.

Empresas listadas nesses segmentos oferecem aos seus acionistas investidores melhorias nas práticas de governança corporativa que ampliam os direitos societários dos acionistas minoritários e aumentam a transparência das companhias, com divulgação de maior volume de informações e de melhor qualidade, facilitando o acompanhamento de sua performance. A adoção de boas práticas de governança confere maior credibilidade ao mercado acionário, aumentando a confiança e a disposição dos investidores em adquirirem as ações de determinada empresa, e pagarem um preço melhor por elas, reduzindo seu custo de captação.

A adesão das Companhias aos Níveis 1 ou 2, ou ainda Novo Mercado depende do grau de compromisso assumido e é formalizada por meio de um contrato, assinado pela BOVESPA, pela Companhia, seus administradores, conselheiros fiscais e de administração e controladores. Ao assinarem o contrato, as partes acordam em observar o Regulamento de Listagem do segmento específico, que consolida os requisitos que devem ser atendidos pelas Companhias listadas naquele segmento. O contrato é imprescindível, pois, enquanto estiver em vigor, torna obrigatório o cumprimento dos requisitos do segmento a que a empresa aderiu, tendo a BOVESPA o dever de fiscalizar e, se for o caso, punir os infratores.

2.2.1 Companhia Nível 1

A maior parte dos compromissos que as empresas do Nível 1 assumem perante os investidores refere-se ao fornecimento de informações que auxiliam na avaliação sobre o valor da empresa. Estas se comprometem, principalmente, com melhorias na prestação de informações ao mercado e com a dispersão acionária. A empresa deve fornecer informações adicionais às já estipuladas por força de lei. As Informações Trimestrais (ITRs), por exemplo, são disponibilizadas num documento que é enviado pelas companhias à CVM e à BOVESPA, contendo demonstrações financeiras trimestrais. A essas, segundo o regulamento do Nível 1 de governança, devem ser acrescentadas, entre outras, demonstrações financeiras consolidadas e a demonstração dos fluxos de caixa, bem como deve conter a abertura da posição acionária por espécie e classe de qualquer acionista que detiver mais de 5% das ações de cada espécie e classe do capital social. Às Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFPs), documento que contém demonstrações financeiras de cada exercício social, deve ser adicionado a demonstração dos fluxos de caixa. Às Informações Anuais (IANs), documento contendo informações corporativas, deve ser acrescido da quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da companhia detidos pelos grupos de acionistas controladores, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal, bem como a evolução dessas posições.

Este nível de governança determina a realização de reuniões públicas com analistas e investidores, ao menos uma vez por ano. As empresas devem apresentar um calendário anual, constando a programação dos eventos corporativos, tais como reuniões públicas, assembleias, divulgação de resultados, entre outras informações pertinentes.

A companhia deve divulgar os termos dos contratos firmados entre ela e partes relacionadas, bem como, as negociações de valores mobiliários e derivativos de sua emissão por parte dos acionistas controladores, em bases mensais. A empresa deve manter em circulação uma parcela mínima de ações, correspondente a 25% do capital

social da companhia. Quando da realização de distribuições públicas de ações, a empresa deve adotar mecanismos que favoreçam a dispersão do capital.

Todas as informações e documentos que devem ser elaborados pela empresa, objeto de divulgação, deverão ser enviados à BOVESPA por meio eletrônico e, se possível, disponibilizados em seu *site* na *Internet*.

2.2.2 Companhia Nível 2

As Companhias Nível 2 se comprometem a cumprir as regras aplicáveis ao Nível 1 e, adicionalmente, um conjunto mais amplo de práticas de governança relativas aos direitos societários dos acionistas minoritários. A divulgação de demonstrações financeiras deve ser de acordo com padrões internacionais IFRS (*International Financial Reporting Standards*) ou US GAAP (*United States Generally Accepted Accounting Principles* – normas de contabilidade utilizadas nos Estados Unidos da América). O Conselho de Administração deve ter no mínimo 5 (cinco) membros com mandato unificado de até 2 (dois) anos, sendo permitida a reeleição. Desses, no mínimo 20% (vinte por cento) devem ser conselheiros independentes.

As ações preferenciais devem possuir direito de voto em algumas matérias, tais como, transformação, incorporação, fusão ou cisão da companhia e aprovação de contratos entre a companhia e empresas do mesmo grupo sempre que, por força de disposição legal ou estatutária, sejam deliberados em assembleia geral. O nível 2 de governança confere a todos os acionistas os mesmos direitos e condições oferecidos aos controladores, por ocasião da venda do controle da companhia e de, no mínimo, 80% deste valor para os detentores de ações preferenciais (*tag along*). Caso ocorra o fechamento do capital ou cancelamento do registro de negociação neste Nível, a companhia deve realizar uma oferta pública de aquisição de todas as ações em circulação, no mínimo, pelo seu valor econômico.

A empresa deve ainda aderir à Câmara de Arbitragem do Mercado para resolução de conflitos societários. Em caso de descontinuidade das Práticas

Diferenciadas de Governança Corporativa Nível 2, os valores mobiliários da Companhia não poderão tornar a ser negociados no Nível 2 de Governança Corporativa por um período mínimo de 2 (dois) anos contados da data em que tiver sido formalizada a descontinuidade, salvo se a Companhia tiver o seu controle acionário alienado após a referida formalização. Alguns desses compromissos deverão ser aprovados em Assembleias Gerais e incluídos no Estatuto Social da companhia.

2.2.3 Novo Mercado

O Novo Mercado é um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais mais exigentes do que as presentes na legislação brasileira. O Novo Mercado oferece vantagens tanto para a empresa disposta a aderir às suas exigências quanto para o investidor. A empresa que cumpre o que é determinado por este segmento consegue uma melhor cotação nos preços das suas ações, o que possibilita um menor custo de captação. Para o investidor, por sua vez, o Novo Mercado oferece a vantagem de maior transparência, que possibilita uma maior percepção a respeito das decisões relevantes dentro da empresa.

As regras do Novo Mercado ampliam os direitos dos acionistas, melhoram a qualidade das informações usualmente prestadas pelas companhias, bem como a dispersão acionária e, ao determinar a resolução dos conflitos societários por meio de uma Câmara de Arbitragem, oferecem aos investidores a segurança de uma alternativa mais ágil e especializada. A valorização e a liquidez das ações são influenciadas positivamente pelo grau de segurança oferecido pelos direitos concedidos aos acionistas e pela qualidade das informações prestadas pelas companhias.

A principal inovação do Novo Mercado, em relação à legislação, é a exigência de que o capital social da companhia seja composto somente por ações ordinárias. Este nível de governança disciplina um *tag along* de 100% para todos os acionistas. Ainda, prevê uma oferta pública de aquisição de todas as ações em circulação, no mínimo,

pelo valor econômico, nas hipóteses de fechamento do capital ou cancelamento do registro de negociação no Novo Mercado.

À semelhança do Nível 2, as empresas do Novo Mercado devem ter no mínimo cinco membros em seu Conselho de Administração com mandato unificado de até 2 (dois) anos, permitida a reeleição, sendo 20% conselheiros independentes, no mínimo. Tanto no Nível 2, como no Novo Mercado, o Diretor de Relações com Investidores (DRI) deverá assinar um requerimento com o pedido de autorização para negociação no segmento a que se pretende aderir. Todos os demais requisitos dos níveis anteriores devem ser observados.

2.2.4 Comparação entre os Segmentos

Os segmentos de listagem se diferenciam pela necessidade de observância de regras de listagem baseadas em boas práticas de governança, adicionais à legislação, conforme quadro abaixo:

Tabela 2 – Comparação entre os Segmentos de Governança Corporativa

| | NOVO MERCADO | NÍVEL 2 | NÍVEL 1 | TRADICIONAL |
|--|---|---|--|--|
| Percentual Mínimo de Ações em Circulação (free float) | No mínimo 25% de free float | No mínimo 25% de free float | No mínimo 25% de free float | Não há regra |
| Características das Ações Emitidas | Permite a existência somente de ações ON | Permite a existência de ações ON e PN (com direitos adicionais) | Permite a existência de ações ON e PN | Permite a existência de ações ON e PN |
| Conselho de Administração | Mínimo de cinco membros, dos quais pelo menos 20% devem ser independentes | Mínimo de cinco membros, dos quais pelo menos 20% devem ser independentes | Mínimo de três membros (conforme legislação) | Mínimo de três membros (conforme legislação) |
| Demonstrações Financeiras Anuais em Padrão Internacional | US GAAP ou IFRS | US GAAP ou IFRS | Facultativo | Facultativo |
| Concessão de Tag Along | 100% para ações ON | 100% para ações ON e 80% para ações PN | 80% para ações ON (conforme legislação) | 80% para ações ON (conforme legislação) |
| Adoção da Câmara de Arbitragem do Mercado | Obrigatório | Obrigatório | Facultativo | Facultativo |

A BOVESPA tem trabalhado para estimular a listagem de novas empresas e a migração das companhias já listadas no mercado tradicional para os segmentos especiais. Ao mesmo tempo, tem contribuído para melhorar o relacionamento das

empresas com os seus sócios investidores por meio de inúmeras iniciativas, como cursos e seminários focados em temas pertinentes ao mercado de capitais. Em conjunto com o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI), visa a ampliar a capacitação dos profissionais da área de RI, que têm assumido um papel cada vez mais preponderante na interação entre a companhia e os seus acionistas. O crescimento da participação dos investidores institucionais enquanto acionistas e o processo de privatização, impuseram a necessidade de aprimoramento da atividade de RI.

3. RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Neste capítulo, entrar-se-á no âmbito das relações com investidores, onde serão analisados os pilares, as atribuições da área de RI, as funções do profissional dessa área, as obrigações legais, e as necessidades do mercado. A área de Relações com Investidores (RI) recebeu uma golfada de ar fresco nos últimos anos. Empresas abriram o capital como nunca e, na correria, saíram atrás de um profissional que pudesse assumir a sua área de RI. Muitas não encontraram. Quando uma companhia decide que o caminho para o seu crescimento está associado ao mercado de capitais, o profissional de RI tem uma tarefa dura pela frente. E por algumas razões. Se essa for uma empresa fechada que tenha decidido abrir seu capital, será preciso erguer cada tijolo de uma área de RI, a começar pela cultura de transparência e de companhia aberta. Se a companhia em questão já estava na bolsa, mas não dava a mínima bola para o mercado, outro problema, talvez até maior. O RI terá de transformar a visão pejorativa enraizada entre os investidores e, para isso, será preciso dar demonstrações muito claras e convincentes de que o passado não se repetirá.

Nos anos 60 e 70, o Brasil desenvolveu um grande esforço legislativo para criar um mercado de capitais, entendendo claramente que sem a mobilização da poupança e o estímulo aos investimentos de médio e longo prazo, dificilmente o país poderia acelerar seu desenvolvimento econômico. Nasce nesse período, a figura do Diretor de Relações com o Mercado (DRM – Instrução CVM 60, de 14 de janeiro e 1987; consolidada pela Instrução CVM 202, de 6 de dezembro de 1993, art 5º) que, alguns anos depois, passou a ter a denominação legal de Diretor de Relações com Investidores (DRI – Instrução CVM 309, de 10 de junho de 1999, que altera a Instrução CVM 202). Cabe destacar que para uma companhia aberta brasileira é obrigatório divulgar amplamente o nome do Diretor de Relações com Investidores, que será legalmente o responsável por todo o relacionamento com o mercado de capitais.

Até meados dos anos 90, salvo raras exceções, não havia equipes de RI para assessorar o Diretor de Relações com Investidores. Nessa fase, o diretor normalmente acumulava a atividade de RI com a gestão da área financeira. As instruções da CVM

que disciplinam a função (CVM 60, CVM 202 e CVM 309) ainda permitem essa acumulação de atividades.

A evolução da área de RI acompanha a crescente relevância que o mercado de capitais tem exercido na agenda econômica do país. Além das atribuições inerentes à função que vão sendo, de certa forma, impostas pelo mercado, há também exigências legais que devem ser observadas, aspectos que serão expostos a seguir.

3.1 ATRIBUIÇÕES DO DEPARTAMENTO DE RI

Relações com Investidores é uma atividade estratégica de marketing corporativo que combina as disciplinas de comunicação e finanças, promovendo a disseminação de informações que possibilitem uma avaliação da performance atual e perspectiva das companhias. Efetivamente conduzida, a atividade de Relações com Investidores (RI) pode ter efeito positivo no valor total da empresa, em relação à valorização do mercado de um modo geral, bem como no custo de capital desta. Sua função chave é administrar as expectativas, proporcionando relacionamentos mutuamente vantajosos. Uma boa condução do relacionamento com investidores auxilia-os a administrarem suas expectativas, através do acesso à informação de qualidade, e com imparcialidade. O profissional de RI remete à empresa o *feedback* do mercado. O objetivo do departamento de RI é manter um preço justo para as ações, reduzindo o custo de capital. O profissional de RI deve compreender como a comunidade financeira determina o valor e o risco da empresa e aperfeiçoar a comunicação com o mercado.

As organizações interagem a todo o momento com o ambiente externo em que estão inseridas, recebendo influências dele e muitas vezes o influenciando, e as pessoas têm papel ativo neste processo interativo. A força da cultura organizacional é tão grande que passa a ser a mente da organização e se torna uma variável importante que atua nas suas próprias estratégias competitivas. Por isso, pode-se dizer que a cultura organizacional leva a empresa a ser ou não competitiva e, assim, está ligada diretamente à sua própria sobrevivência. O profissional de RI deve construir essa

cultura organizacional, quando ela não existe ainda e mantê-la. A cultura da transparência é essencial para uma companhia aberta e, por se tratar de um processo, é muito importante que as pessoas em funções-chave sejam capacitadas e estejam preparadas para os riscos e oportunidades do mercado de capitais.

É preciso desenvolver um programa de Relações com Investidores (RI). Não existem dois programas de RI idênticos, mas elementos básicos. A principal mercadoria das bolsas de valores, antes mesmo do dinheiro, é a informação. Num mundo de incertezas, a informação é produto muito útil. Tomando por base a teoria dos mercados eficientes, o gestor pode confiar no preço, pois é o justo, o desafio é o ganho maior. Ativos com o mesmo grau de risco são substitutos razoáveis, contudo, os investidores buscam ativos com retornos potenciais ajustados, superiores aos demais. Na corrida por informações, os investidores compram se esta for boa e vendem se for ruim, antes do ajuste. O mercado de capitais não possui memória, o passado não pode prever o futuro, porém não se pode iludir o mercado, os investidores estão de olho nos fluxos de caixa. O entendimento dos principais indicadores econômicos pode sinalizar uma tendência futura, auxiliando na atribuição de valor para as ações e quanto maior o grau de exposição, maior será o valor de mercado. O valor é refletido pelo impacto da ação no mercado de capitais.

A máxima de RI diz que o profissional de Relações com Investidor é a voz do mercado dentro da empresa e a voz da empresa no mercado. Sua principal função é a comunicação. Um departamento de RI bem estruturado, além de responsável pela publicação legal, pelas informações à BOVESPA e CVM, e fatos relevantes, contribui para manter as expectativas dos investidores em relação à empresa, estimulando o interesse deles pela companhia. Ele deve ainda revisar e corrigir relatórios dos analistas, auxiliar nas projeções de resultados futuros e na divulgação de projetos que estejam sendo desenvolvidos de acordo com a realidade da empresa. Se, ao invés, o departamento de RI não for bem estruturado e não estiver apto a suprir as exigências do mercado, principalmente no que concerne a divulgação de informações, pode influenciar negativamente a imagem de uma empresa perante o mercado financeiro, uma vez que o volume de informações corporativas e o grau de confiança nelas precificam as ações de uma organização. Uma adequada política de divulgação confere

também liquidez a um ativo. O profissional de RI deve fornecer uma mensagem simples e consistente, dizendo sempre a verdade mesmo quando pareça melhor diminuir as más notícias. A disseminação de notícias ruins também pode contribuir positivamente, pois aumenta o nível de credibilidade, diminuindo a sensibilidade de risco agregado à empresa.

A área de RI deve estar atenta às demandas do mercado. O público alvo do departamento de RI são as empresas-membro das bolsas de valores e corretoras; analistas; bancos de investimento; bancos comerciais; serviços de aconselhamento em investimento; seguradoras e fundos de pensão que comprem ações; fundos de investimento; revistas e jornais especializados em investimentos e finanças; acionistas individuais; empresas de *rating*; administradores de carteiras; financeiras; mercados estrangeiros; clientes atuais e prováveis; vendedores; membros do governo; órgãos reguladores; contatos de negócios no exterior; meios de comunicação; especialistas de bolsa de valores na área da empresa; grupos internos (conselheiros, executivos e empregados).

O RI deve manter um acompanhamento constante da cotação das ações da empresa, observar pares e monitorar rumores. É ele, ainda, o responsável pela preparação dos relatórios anuais e outras publicações e sua disponibilização aos grupos de interesse. O profissional de RI deve ter acesso direto à alta administração (presidente e diretoria), deve entender os objetivos corporativos e estar familiarizado com as atividades da companhia, conhecendo o perfil da empresa, seu produto e/ou serviço, mercado de atuação, estratégias e métodos mercadológicos, posicionamento no setor, histórico de vendas, situação econômica, pontos fortes e fracos de pesquisa e desenvolvimento, capacidade produtiva, entre outros aspectos.

O departamento de RI deve elaborar uma política de RI: o quê, quando e como a informação deve ser fornecida, evitando exposição seletiva. As empresas e profissionais de RI precisam estar cada vez mais atentos às oportunidades que as novas tecnologias oferecem para a divulgação das informações. A *Internet* é uma ferramenta fundamental para a comunicação com investidores, acionistas e público em geral, devido a sua natureza democrática e acessível. Isso também é transparência. As

companhias abertas brasileiras têm investido muito nos últimos anos em seus sites de RI.

Cabe ao profissional de RI atuar simultaneamente levando informações da companhia para seus públicos estratégicos e trazendo para a empresa o necessário retorno (*feedback*) que irá mostrar as demandas e necessidades desses públicos, observando ainda as determinações dos órgãos reguladores do mercado. O resultado desse trabalho é o aperfeiçoamento das práticas internas e o melhor atendimento das solicitações do mercado.

3.2 OBRIGAÇÕES LEGAIS

A diferenciação do regime de companhia aberta no Brasil foi iniciada na Lei do Mercado de Capitais (nº 4.728/67). Posteriormente, a promulgação da Lei 6.404/76 sistematizou regras específicas para as Sociedades Anônimas de capital aberto. Ao mesmo tempo, as companhias abertas brasileiras passaram a ter um órgão regulador específico, com a criação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), por meio da Lei 6.385/76. Este arcabouço institucional e legal determinou o conjunto de obrigações e condições para a abertura de capital, emissão e negociação de títulos e manutenção da condição de companhia aberta. Nesse processo, foram definidos os procedimentos e informações obrigatórios por parte das companhias abertas, assim como sugeridas informações de caráter voluntário.

A atividade de Relações com Investidores atende à obrigação legal disciplinada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O registro na CVM exige que seja atribuída a um diretor, podendo ser exercida cumulativamente a outras atribuições executivas. Conforme Instruções CVM 202/93 e CVM 309/95, é função de Relações com Investidores (RI) prestar informações ao público investidor, à CVM e, caso a empresa tenha registro em bolsa de valores ou mercado de balcão organizado, a essas entidades, além de manter atualizado o registro da empresa. Estas instruções

determinam ainda os documentos necessários à obtenção do registro de companhia aberta e, posteriormente, ao mercado secundário.

A Instrução CVM 358/02, com alterações dadas pela Instrução CVM 369/02, dispõe sobre a divulgação e uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias abertas, disciplinando a divulgação de informações na negociação de valores mobiliários e na aquisição de lote significativo de ações de emissão de companhia aberta. As leis 6.385/76, 6.404/76 e 9.457/97, juntamente com a regulamentação da CVM, estabeleceram os requisitos de divulgação de informações. Tal procedimento visa restringir a possibilidade do acesso privilegiado a determinados dados por certos grupos, em detrimento de outros, garantindo a confiabilidade geral do mercado. Estas leis se referem à publicação do relatório anual, bem como de editais e atas de assembleia, em órgãos da imprensa oficial e jornal de grande circulação. Tratam ainda da obrigação dos administradores de divulgar à imprensa e às bolsas qualquer deliberação da assembleia geral ou dos órgãos de administração da companhia, ou fato relevante, que possa influir na decisão dos investidores. A Lei 6.404 dá a obrigatoriedade da divulgação e a Instrução CVM 358 estabelece normas e padrões para esta divulgação.

A Instrução CVM 361/02, com alterações introduzidas pela Instrução CVM 436/06, dispõe sobre os procedimentos aplicáveis às ofertas públicas de aquisição de ações de companhia aberta. Já a Instrução CVM 400/03, com alterações pelas instruções 429/06 e 442/06, trata das ofertas públicas de distribuição de valores mobiliários, nos mercados primário e secundário.

Ir além do cumprimento das exigências legais e organizar a divulgação regular de informações voluntárias ao mercado são estratégias que agregam valor à companhia aos olhos dos investidores. A empresa deve comunicar corretamente suas informações aos analistas, aos acionistas e ao mercado em geral, sinalizando que está preparada para assegurar um relacionamento honesto com os acionistas que pretende conquistar. Para isso, as companhias contam com o auxílio de órgãos reguladores, bem como empresas de consultoria em RI, que orientam e sugerem métodos de divulgação.

4. DIVULGAÇÃO EXTERNA

Em 31 de janeiro de 2002, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) emitiu a Instrução CVM 358, a qual foi ajustada em alguns artigos pela Instrução CVM 369 de 11 de junho de 2002. Esta instrução regula a divulgação e o uso de informações sobre ato ou fato relevante, a divulgação de informações na negociação de valores mobiliários de emissão de companhias abertas por acionistas controladores, diretores, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária, e, ainda, na aquisição de lote significativo de ações de emissão de companhia aberta.

Em meados de 2002, algumas companhias abertas aprovaram seus manuais de divulgação e uso de informações e suas políticas de negociação de valores mobiliários com os respectivos Conselhos de Administração e os tornaram públicos com a entrega na CVM. Em 2004, algumas empresas de consultoria em comunicação financeira e relações com investidores, tais como MZ Consult, KPMG e Associação Brasileira das Companhias Abertas (ABRASCA), elaboraram manuais de divulgação contemplando as determinações da Instrução CVM 358, bem como sugerindo outras práticas globais. Este processo visa a assegurar a plena aderência aos princípios de acesso à informação, igualdade de tratamento e transparência.

Em abril de 2005, foi criado o Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado (CODIM) com o objetivo de oferecer orientação e sugestões a respeito das alternativas mais adequadas de divulgação de informações para um público diversificado e que deve exigir cada vez maior qualidade, transparência, tempestividade, acessibilidade e detalhamento desses dados. O CODIM formula Pronunciamento de Orientação sobre um determinado tema, refletindo as melhores práticas de divulgação e colaborando para aperfeiçoar a transparência na comunicação de informações das empresas a todos os agentes do mercado de capitais.

O profissional de RI necessita estabelecer uma sintonia impecável com as políticas de comunicação da empresa em que atua. Com isso é possível melhorar a qualidade e a tempestividade das informações ao mercado. Nos capítulos seguintes,

será apresentado como a Gerência de Relações com Investidores do Banrisul atrelou as atribuições básicas de sua área ao atendimento das obrigações legais, valendo-se de procedimentos de divulgação bem definidos, de modo eficaz em seu retorno à visibilidade do mercado acionário.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho é um estudo de caso e visa nortear as empresas que desejem ou necessitem estruturar um departamento de relações com investidores, baseando-se na experiência do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul). Para tanto, faz-se necessário discorrer sobre a Oferta Pública realizada pelo banco, fato que motivou a criação da Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais.

Apesar de ser uma companhia de capital aberto desde sua constituição em 1928, as ações do banco permaneciam às margens da negociação em bolsa, tendo liquidez quase nula. O Banrisul realizou oferta pública de emissão primária e secundária de ações preferenciais na metade do ano de 2007, que contemplou o aumento de capital do banco em R\$ 800 milhões, numa operação que totalizou aproximadamente R\$ 2,1 bilhões, e aderiu ao Nível 1 de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). O banco criou a *Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais* na ocasião da Oferta.

Através de consultas à área de Relações com Investidores, bem como análise dos documentos disponíveis e pertinentes, busca-se delinear o caminho a ser seguido quando uma empresa decide abrir capital ou realizar oferta pública, e percebe imperiosa a necessidade de criação de um departamento qualificado responsável pela comunicação com o mercado externo e interno, assim como com os órgãos reguladores. Pretende-se detalhar passo-a-passo, os procedimentos adotados pelo Banrisul para criação desta área e sua manutenção para garantir o bom funcionamento da comunicação de forma a atender às necessidades do mercado e evitar solução de continuidade.

6. BANRISUL

O Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul) é uma instituição financeira, bancária, que atua como banco múltiplo nas carteiras: comercial, crédito financiamento e investimento, crédito imobiliário, desenvolvimento, arrendamento mercantil e investimento. Como banco múltiplo, o Grupo Banrisul oferece ampla variedade de produtos e serviços financeiros, incluindo cartões de crédito, seguros, previdência privada, grupos de consórcios e administração de recursos de terceiros. Suas operações de crédito abrangem os segmentos de pessoas físicas e jurídicas, bem como financiamento imobiliário e rural. É uma Sociedade de Economia Mista, constituída sob forma de Sociedade Anônima de capital aberto desde sua fundação em 1928.

Abaixo, é demonstrada a estrutura do Banrisul.

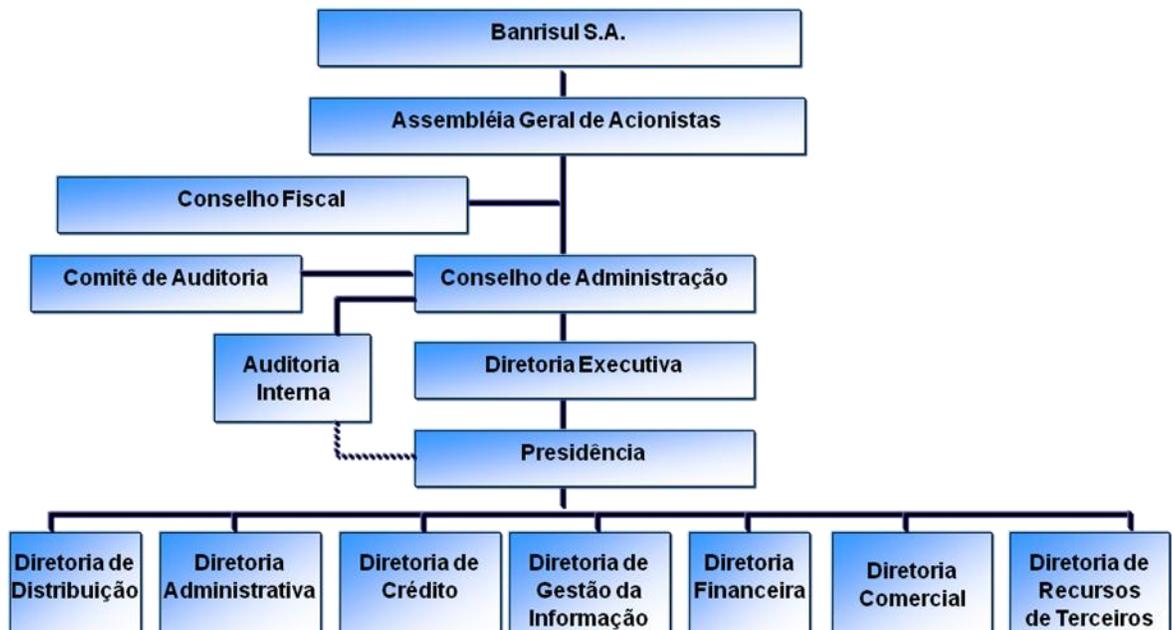


Figura 1 – Estrutura Organizacional do Banrisul

O foco do Banrisul é a região sul, com uma abrangência de 97,7% da população do Estado do Rio Grande do Sul. Ao final de junho de 2009, seus 2,8 milhões de clientes estavam distribuídos em 397 agências nos 496 municípios do Rio Grande do

Sul e 32 fora do Estado, 279 postos de atendimento bancário, 452 pontos eletrônicos e 1.160 pontos de venda.

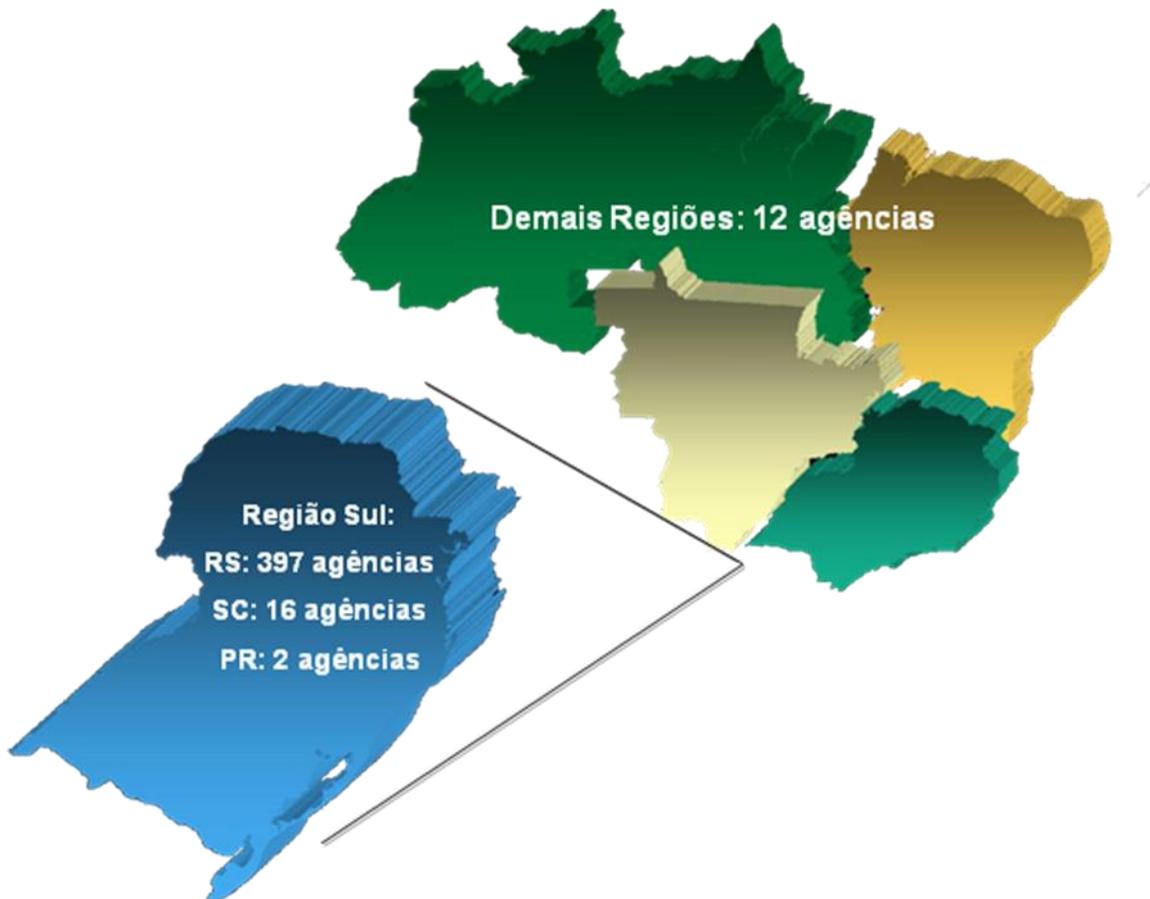


Figura 2 – Distribuição Geográfica das Agência do Banrisul

Uma das vantagens do Banrisul é o mercado em que atua, que continua em alta. O segmento bancário e de crédito continua em expansão. No mercado gaúcho, o Banrisul é o principal banco, com a maior participação individual no crédito e nas captações e isso é fruto. O ano de 2007 marcou a consolidação das estratégias de longo prazo do banco. Com uma base fortemente estruturada no estado do Rio Grande do Sul, ele ampliou seus negócios com uma participação mais abrangente no mercado em que atua. Focado no ganho de escala, o Banrisul aumentou seu capital numa exitosa oferta primária de ações, resultando em recursos que reforçaram a expansão da carteira de crédito.

6.1 A OFERTA PÚBLICA DE AÇÕES DO BANRISUL

O Banrisul é uma companhia de capital aberto desde sua constituição em 1928. No entanto, as ações do banco permaneciam às margens da negociação em bolsa, com liquidez quase nula. Diante da necessidade de capitalização e vislumbrando momento oportuno, o Banrisul, em conjunto com o Governo do Estado, realizou oferta pública primária de emissão de ações e secundária de ações de titularidade do Estado, cuja coordenação compete ao Banrisul, em meados de 2007.

A oferta contemplou um volume de captação de aproximadamente R\$ 2,1 bilhões, sendo que o aumento de capital do banco totalizou R\$ 800 milhões. Na mesma ocasião, o Banrisul aderiu ao Nível 1 de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). O banco criou a *Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais* logo após a concretização da operação. A oferta ocorreu em mercado de balcão não-organizado por meio de oferta pública registrada perante a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e também contemplou esforço de venda no exterior, em conformidade com as regras de isenção de registro na *Security Exchange Commission* (SEC).

A emissão de novas ações do Banrisul foi ofertada em sua totalidade ao mercado. Ainda que a Lei das Sociedades Anônimas (6.404/76) discipline preferência de subscrição do aumento de capital aos acionistas da base acionária da companhia, na proporção do número de ações pertencentes, o banco valeu-se do disposto para exclusão desse direito, com texto dado pela mesma lei. A seção que trata da exclusão do direito de preferência diz que o estatuto da companhia aberta que contiver autorização para o aumento do capital pode prever a emissão, sem direito de preferência para os antigos acionistas, caso a colocação das novas ações seja feita através de venda em bolsa de valores ou subscrição pública.

Tendo em vista que o sucesso da operação depende da qualidade das informações econômicas, contábeis, financeiras e de gestão do banco disponibilizadas ao mercado, permitindo aos investidores decidirem-se favoravelmente pelo investimento, e que os dados da empresa emissora eram insuficientes para uma bem

sucedida oferta pública de ações, fez-se necessário a constituição de um sindicato especializado na estruturação e distribuição global de ações. Esta equipe foi contratada pelo banco, devido à falta de experiência do corpo interno. Os coordenadores contratados foram responsáveis, entre outros itens, pela:

- Modelagem da operação (avaliação da viabilidade da distribuição) e solicitação de registro de distribuição;
- Formação do consórcio de distribuição, agregando à estrutura outras partes entendidas como imprescindíveis para o sucesso da operação, como a anuência do banco;
- Realização da diligência (*due diligence*) sobre as informações da emissora que foram utilizadas na elaboração do prospecto de emissão;
- Coordenação dos procedimentos de registro na Comissão de Valores Mobiliários (CVM);
- Estruturação e determinação do período adequado (*timing*) da oferta e do processo de formação de preço;
- Organização das apresentações ao mercado (*roadshow*) e concepção do plano de distribuição da emissão.

As comissões praticadas em operações de distribuição pública de ações variam em função das condições do mercado, regime de colocação e valor da operação, entre outros fatores. Como comparativo, a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) divulga tabela indicativa com comissões recentemente praticadas, segundo o relatório “Custos de Abertura de Capital e de Manutenção da Condição de Companhia Aberta”.

Tabela 3 – Custos de Abertura de Capital

| Custo Médio | % cobrado |
|--------------------------|------------------|
| Comissão de colocação | 1,23% |
| Comissão de distribuição | 1,59% |
| Outras comissões | 0,56% |
| Total | 3,38% |

Com base no exposto, foram colhidas propostas das principais instituições financeiras atuantes no mercado de ações, conforme quadro abaixo:

Tabela 4 – Propostas de Coordenação

| Ofertas Recebidas | Proposta Inicial | | Proposta Final |
|----------------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|
| | único coordenador | coordenação compartilhada | coordenação compartilhada |
| Credit Suisse | | 1,90% | 1,40% |
| UBS Pactual | 1,50% | 2,25% | 1,40% |
| Merrill Lynch ¹ | | 2,00% | 2,00% |
| Morgan Stanley | 0,90% | 1,40% | 1,40% |

¹Proposta inclui taxa básica de 1,2% acrescida de taxa de incentivo de 80 pontos base

As propostas foram examinadas conciliando a comissão indicada, cujo valor em reais seria apurado pela sua aplicação sobre o valor total da oferta pública e, sobretudo, a necessidade de se trazer ao sindicato instituições que agregassem valor à estrutura e representassem um diferencial no momento da distribuição pública de ações.

Duas instituições destacaram-se, tanto no mercado doméstico quanto internacional, ambas com vasta experiência nesse tipo de operação: o Credit Suisse e o UBS Pactual, indicadas para atuar como Coordenador-Líder da oferta e coordenador da oferta, respectivamente, fazendo jus ao percentual de 1,4% sobre o montante da oferta.

Atuando em conjunto, o Bannrisul foi representado na oferta pelas instituições de maior participação relativa no *ranking* brasileiro de ações e de IPO (*Initial Public Offering* – Oferta Pública de Ações) – primeira e segunda colocações, Credit Suisse e UBS Pactual (Securities Data Co. de 31/1/2006) –, bem como pela líder em ofertas de ações no mercado internacional (UBS Pactual – Dealogic de Dez/06). As demais ofertantes foram descartadas por sua relativamente pequena expressão no mercado nacional, em que pese o fato do seu reconhecimento e atuação internacional, bem como por suas propostas apresentarem comissões superiores ou em condições de igualdade com as instituições selecionadas. Dois fatores são importantes na análise dessa contratação, a capacidade comprovada das instituições em desenvolverem e coordenarem essa operação, e o sigilo que cerca esse tipo de operação em atenção às regras impostas pela CVM.

A contratação foi possível devido à inexigibilidade de licitação, visto que a natureza específica do negócio e a habilidade técnica e profissional de notória especialização que a operação exige, evidenciaram que o trabalho prestado pelas contratadas era essencial e indiscutivelmente o mais adequado à plena satisfação do objeto do contrato, permitindo a contratação direta. Entende-se que havendo impossibilidade de comparação entre os serviços, e necessitando a Administração dessa determinada prestação, não há que se falar em procedimento licitatório, por inviabilidade de licitação. Empresas públicas ou sociedades de economia mista, quando necessitem contratar instituições financeiras para o preparo de operações de emissão de títulos e valores mobiliários, com as convenientes garantias, não estão sujeitas a realizar licitação para obtenção dos serviços, cabendo-lhes proceder à contratação com instituições renomadas na área e de notória especialização, segundo o jurista Marcos Juruena Villela Souto.

Os coordenadores da oferta encarregaram-se pela contratação da BOVESPA, ambiente da oferta; da CBLC, agente de custódia das ações listadas em bolsa de valores; e das corretoras consorciadas que atuaram na oferta, comprando ações em nome de seus investidores.

Foi contratado também um escritório de advocacia para atuar como assessor legal do banco, que prestou serviços relacionados com a *due diligence* legal, para o assessoramento na documentação encaminhada à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e à Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), para o registro da distribuição pública de ações, para a assessoria e exame de contratos firmados com coordenadores e demais partes envolvidas na operação, bem como na elaboração e revisão do prospecto de emissão e de todos os documentos relacionados com publicidade legal, obtenção de autorizações e registros exigidos e, ainda, ao atendimento da legislação e regulamentação aplicáveis à oferta, para obtenção de seu registro junto à CVM, para cumprimento do disposto no Código de Auto-Regulamentação para Ofertas Públicas de Títulos e Valores Mobiliários da Associação Nacional dos Bancos de Investimentos (ANBID), entre outros.

Para tanto, valendo-se do caráter de inexigibilidade de licitação, o banco contratou o Escritório Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados, pela

sua especialização e experiência nesse seguimento, estando listado como escritório líder no Brasil na representação de empresas emissoras, acionistas vendedores e coordenadores em operações de distribuição de ações. Para auditoria externa, foi contratada a empresa Price.

A MZ Consult Serviços e Negócios Ltda foi contratada para prestar assessoria em serviços financeiros e no Programa Integrado de Comunicação Financeira e Relações com Investidores do Banrisul, contemplando serviços de apoio contínuo às atividades de relacionamento com investidores pós-oferta pública.

Feito as contratações, iniciou-se a elaboração do Prospecto da Oferta Pública, que foi divulgado preliminarmente no início do mês de julho de 2007. Juntamente com a divulgação do prospecto preliminar, o banco começou as apresentações de *roadshow* e o procedimento de *bookbuilding* (precificação das ações). Logo após, foi publicado o aviso ao Mercado referente à oferta, desta vez com os logotipos das corretoras consorciadas, dando início ao período de reserva das ações por parte dos investidores. Esse período foi do dia 10 ao dia 13 do mesmo mês para pessoas vinculadas à oferta e/ou empregados e até o dia 23 para os demais investidores. As primeiras tiveram que se comprometer a não transferirem as ações pelo prazo de 180 dias. O limite mínimo do Pedido de Reserva para todos os investidores foi de R\$ 2.000,00 e o máximo de R\$ 300.000,00. Em 24 de julho, ocorreu o encerramento das apresentações e se fixou o preço por ação, passando a negociar as ações com posições grupadas. No dia 25, foi disponibilizado o Prospecto Definitivo, e em 30 de julho de 2007 ocorreu a liquidação das ações PNB e entrega dos certificados de Units. As units eram compostas por 2 ações PNB de titularidade do Estado e um recibo de subscrição de ação PNB do banco. As units só puderam ser desmembradas quando o Banco Central do Brasil (BACEN) homologou o aumento de capital do Banrisul, em 29 de agosto de 2007. A oferta permitia o lançamento a mercado de um lote suplementar de ações PNB de titularidade do Estado conforme fosse a demanda pelas ações na oferta, porém, o lote não precisou ser vendido, permanecendo na posição do Governo do Estado.

A composição acionária do Bannrisul antes da Oferta Pública de emissão primária e secundária é dada no quadro abaixo:

Tabela 5 – Composição Acionária antes da Oferta

| Acionista | ON | % | PNA | % | PNB | % | TOTAL | % |
|-------------------------------|--------------------|---------------|------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
| Estado do Rio Grande do Sul | 204.199.859 | 99,6% | 2.721.484 | 68,0% | 133.333.334 | 100,0% | 340.254.677 | 99,4% |
| Fund Bannrisul de Seg. Social | 449.054 | 0,2% | 158.983 | 4,0% | | | 608.037 | 0,2% |
| Inst. Prev. Do Estado RGS | 44.934 | 0,0% | 168.612 | 4,2% | | | 213.546 | 0,1% |
| Administradore | | | 12 | 0,0% | | | 12 | 0,0% |
| Demais Investidores | 280.213 | 0,1% | 951.326 | 23,8% | | | 1.231.539 | 0,4% |
| TOTAL | 204.974.060 | 100,0% | 4.000.417 | 100,0% | 133.333.334 | 100,0% | 342.307.811 | 100,0% |

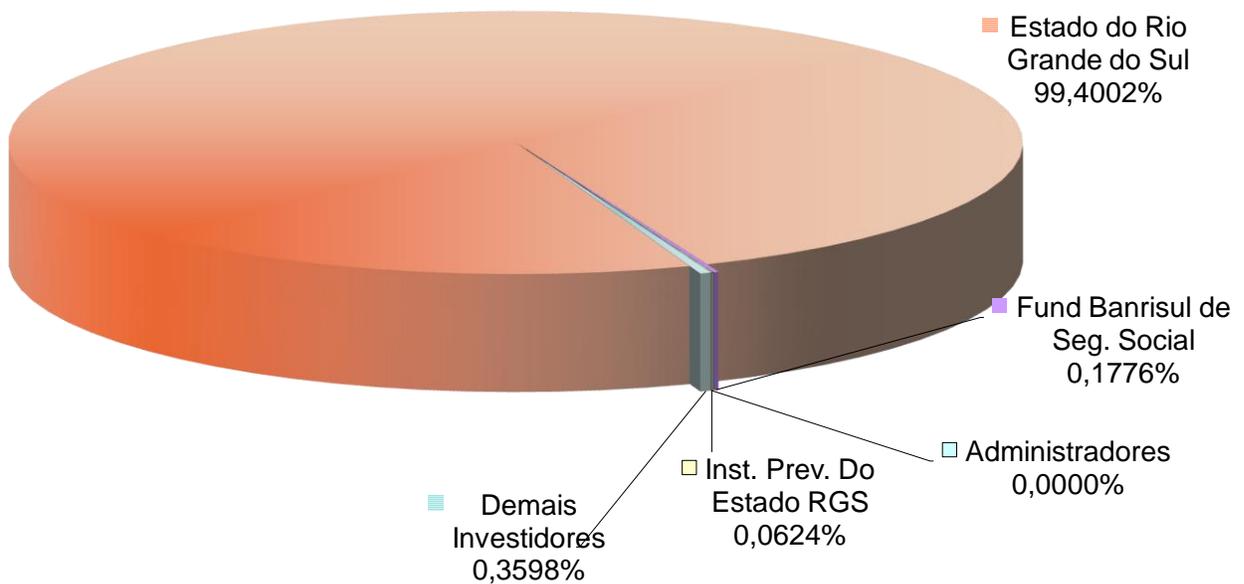


Figura 3 – Composição Acionária antes da Oferta Pública

Abaixo a composição atual do banco, conforme divulgado em 15 de setembro de 2009:

Tabela 6 – Composição Acionária Atual

| Acionista | ON | % | PNA | % | PNB | % | TOTAL | % |
|------------------------------|--------------------|----------------|------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|
| Estado do Rio Grande do Sul | 204.199.859 | 99,59% | 2.721.484 | 70,52% | 26.086.957 | 13,04% | 233.008.300 | 56,97% |
| Fund Banrisul de Seg. Social | 449.054 | 0,22% | 158.983 | 4,12% | | | 608.037 | 0,15% |
| Inst. Prev. Do Estado RGS | 44.934 | 0,02% | 168.612 | 4,37% | | | 213.546 | 0,05% |
| Administradores | 9 | 0,00% | 31 | 0,00% | | | 40 | 0,00% |
| Outros | 349.518 | 0,17% | 809.873 | 20,99% | 173.985.163 | 86,96% | 175.144.554 | 42,83% |
| TOTAL | 205.043.374 | 100,00% | 3.858.983 | 100,00% | 200.072.120 | 100,00% | 408.974.477 | 100,00% |

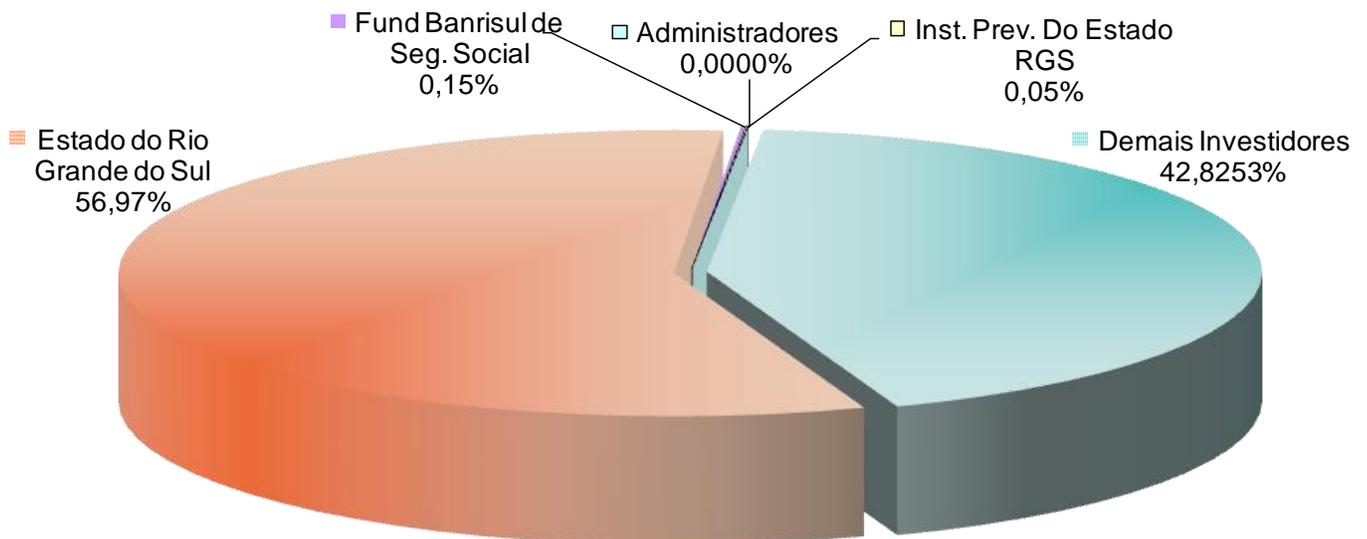


Figura 4 – Composição Acionária Atual

O calendário da Oferta ficou como abaixo demonstrado:

Tabela 7 – Calendário da Oferta

| | |
|-----------|---|
| 30/4/2007 | Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária |
| 1/6/2007 | Assembleia Geral Extraordinária |
| 21/6/2007 | Conversão das ações PN em PNA |
| 27/6/2007 | Liberação das ações bonificadas |
| 28/6/2007 | Data de emissão do extrato para os acionista com liberação das ações bonificadas e com a nova posição acionária |
| 29/6/2007 | Data de emissão de dois extratos para os acionista: o primeiro com a conversão das ações PN em PNA, e o segundo com a bonificação de ações |
| 2/7/2007 | Assembleia Geral Extraordinária |
| 3/7/2007 | Publicação do Aviso ao Mercado (sem logotipos das Corretoras Consorciadas) Disponibilização do Prospecto Preliminar Início das Apresentações de Roadshow Início do Procedimento de Bookbuilding |
| 10/7/2007 | Publicação do Aviso ao Mercado (com logotipos das Corretoras Consorciadas) Início do Período de Reserva (inclusive para Pessoas Vinculadas e/ou Empregados) |
| 13/7/2007 | Encerramento do Período de Reserva para Pessoas Vinculadas e/ou Empregados |
| 23/7/2007 | Encerramento do Período de Reserva para Investidores Não-Institucionais que não sejam Pessoas Vinculadas e/ou Empregados Fim do período de ajuste para o grupamento |
| 24/7/2007 | Encerramento das Apresentações de Roadshow Encerramento do Procedimento de Bookbuilding Fixação do Preço por Ação Assinatura do Contrato de Colocação, do Placement Facilitation Agreement e de outros contratos relacionados à Oferta Início de negociação das ações posições grupadas |
| 25/7/2007 | Concessão dos Registros da Oferta Publicação do Anúncio de Início Disponibilização do Prospecto Definitivo Início do Prazo de Exercício da Opção de Ações Suplementares |
| 28/7/2007 | Data de emissão do extrato para os acionista com a posição acionária grupada |
| 30/7/2007 | Data de Liquidação das ações PNB (Oferta Pública) e entrega das Units |
| 31/7/2007 | Início da Negociação das Units na BOVESPA |
| 27/8/2007 | Fim do Prazo para o Exercício da Opção de Ações Suplementares |
| 30/7/2007 | Data Máxima de Liquidação das Ações Suplementares |
| 31/7/2007 | Publicação do Anúncio de Encerramento |

A bem sucedida operação internacional de oferta de ações preferenciais no mercado primário, de R\$ 800 milhões, e no mercado secundário, de R\$ 1,28 bilhão, foi definida pela aprovação explícita de sua competitividade por parte dos investidores. Os vultosos recursos resultantes da oferta primária de ações preferenciais (PNB) atestam a confiança conquistada pelo banco junto ao mercado nacional e internacional, fruto de um método de excelência operacional, aliado a práticas de um trabalho eficiente de Governança Corporativa.

6.2 GOVERNANÇA CORPORATIVA NO BANRISUL

O Banrisul adota práticas transparentes de gestão e de relacionamento com os públicos os quais mantém vínculos e interesses. Ao realizar oferta pública de ações, O Banrisul aderiu ao Nível 1 de Governança Corporativa em 2007, visando atingir os objetivos principais de transparência, prestação de contas e equidade. A oferta contemplou aumento de capital de aproximadamente R\$ 800 milhões. A relação entre propriedade e gestão se dá através do Conselho de Administração, da auditoria independente e do Conselho Fiscal, instrumentos fundamentais para o exercício do controle. A boa governança corporativa garante equidade aos sócios, transparência e responsabilidade pelos resultados.

A estratégia de competitividade, em um contexto cada vez mais complexo, só é possível a partir de uma gestão que priorize a ética da responsabilidade nas ações que envolvam clientes e negócios, bem como nas relações com empregados, acionistas, comunidade, parceiros, concorrentes e com a sociedade como um todo. Para concretizar o compromisso de responsabilidade nas ações, a Instituição adota o Código de Ética Banrisul, instrumento que norteia a conduta moral e ética disseminada na rotina dos colaboradores, estabelecendo o padrão de relacionamento a ser adotado com os públicos de interesse, sejam eles acionistas, colaboradores, fornecedores, clientes, concorrentes, entidades, comunidade e Governo. Independente da função que

exercçam, todos têm o compromisso de zelar pelos valores e imagem da Instituição, mantendo uma postura compatível, atuando em defesa dos clientes e da empresa.

O Banrisul investe continuamente na qualificação de suas práticas administrativas, segundo as quais todas as decisões são tomadas de forma colegiada, por meio de comitês. Em 2007, a Diretoria constituiu a nova estruturação dos Comitês de Gestão Bancária, Econômica, Comercial, de Canais, Administrativa, Controles Internos e Tecnologia de Informação. Esse processo viabilizou a especialização dos procedimentos e a modernização do modelo de gestão de Tecnologia, Negócios e Logística. O Banrisul, em conformidade com a Instrução 381 da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), informou que a empresa Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes prestou serviços exclusivamente relacionados à auditoria nos exercícios de 2007 e 2008.

As implicações relativas à listagem do Banco no Nível 1 envolvem regras estabelecidas para companhias com ações listadas no Novo Mercado, as quais estão incluídas no Estatuto Social do Banrisul e são citadas a seguir:

- Dos membros do Conselho de Administração, ao menos 20% são Conselheiros Independentes: dos nove conselheiros, quatro são independentes, eleitos recentemente pela assembléia de março de 2009;
- A obrigação de realizar ofertas públicas de aquisição de ações sob determinadas circunstâncias;
- Extensão para todos os acionistas das mesmas condições obtidas pelos acionistas controladores quando da alienação do controle do banco; e
- Necessária submissão do Banrisul, seus acionistas controladores, administradores e membros do Conselho Fiscal ao Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado da Bovespa, para fins de resolução de conflitos que possam surgir, relacionados ou oriundos da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no Estatuto Social do Banco, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), Banco Central (BACEN) e Comissão de Valores Mobiliários (CVM), além daquelas constantes do

Regulamento do Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), do Regulamento de Arbitragem e do Contrato de Adoção de Práticas de Governança Corporativa do Nível 1 de Governança.

O Bannrisul compromete-se com itens que estão listados nos demais níveis de Governança Corporativa. O que o impede de aderir ao Novo Mercado é o fato de que este nível de governança exige que todas as ações sejam do tipo ordinárias (ON), e, portanto com direito a voto. O banco é uma companhia de economia mista, com controle público e pela constituição estadual, o Estado, acionista controlador, não pode vender seu controle sem um plebiscito popular. Ainda há o impedimento de acionistas estrangeiros possuírem ações com direito a voto. O banco optou por não aderir ao Nível 2 pelo receio de que a extensão de direito de voto a acionistas preferenciais, eventualmente modifique a posição acionária do controlador, o que poderia infringir o disposto na constituição estadual.

O quadro abaixo indica a quantidade de ações em circulação por tipo e classe de ações emitidas pelo Bannrisul, conforme dados de setembro 2009.

Tabela 8 – Ações em Circulação

| Espécie e Classe de Ação | Ações Não em Circulação ¹ | Ações em Circulação (Free Float) ² | Total de Ações | % Ações em Circulação |
|---------------------------------|---|--|-----------------------|------------------------------|
| ON | 204.199.868 | 843.506 | 205.043.374 | 0,41% |
| PNA | 2.721.515 | 1.137.468 | 3.858.983 | 29,48% |
| PNB | 26.086.957 | 173.985.163 | 200.072.120 | 86,96% |
| TOTAL | 233.008.340 | 175.966.137 | 408.974.477 | 43,03% |

¹ Compreendem ações de titularidade do Estado do Rio Grande do Sul e dos Administradores do Bannrisul

² Total de ações emitidas pelo Bannrisul. excetuadas aquelas identificadas na opção 1. acima.

Com o registro no Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), o Banrisul avançou para uma nova etapa. Concomitantemente à realização da oferta pública de ações e à adoção de práticas de governança, foi criada, em agosto de 2007, a Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais. A nova gerência tem o objetivo de unificar e consolidar atividades relacionadas ao controle, registro e divulgação de atos, fatos e resultados do Banco junto a investidores em geral, acionistas ou não, analistas de mercado e público em geral, em nível local e internacional.

7. A GERÊNCIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES NO BANRISUL

Dando continuidade ao processo de oferta pública e considerando a adesão do Banrisul ao Nível 1 de Governança Corporativa na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), o Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul) criou a Gerência de Relações com Investidores e Mercados de Capitais em 02 de agosto de 2007. Esta gerência foi incorporada na estrutura organizacional da Unidade Financeira, subordinada ao superintendente da unidade, que por sua vez, é subordinado ao Diretor Financeiro e de Relações com Investidores.

A gerência é responsável pela escrituração e custódia das ações do banco, pelas informações aos acionistas, investidores, órgãos fiscalizadores, mercado, não só no prazo legal, mas de forma clara, objetiva, consistente e equânime, nas versões de idiomas necessários para atender a todos os mercados em que o banco possua títulos e valores mobiliários registrados e negociados. Ela deve manter contato permanente com o acionista controlador, diretores, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas sobre a existência de fatos relevantes que devam ser objeto de divulgação. Ainda, atribui-se a ela a garantia da atualização e a consistência das informações divulgadas, observado as normas vigentes e os aspectos de segurança requeridos pelo Banrisul.

Pelo caráter emergencial da criação da área, devido ao curto espaço de tempo desde que o banco começou a analisar a viabilidade de oferta pública de ações, não haveria tempo suficiente para treinamento do quadro de pessoal que comporia a nova gerência. O Banrisul sempre teve funcionário destacado para atender os acionistas e órgãos reguladores, porém como o banco comunicava-se quase exclusivamente com o acionista controlador, em outras palavras o Governo do Estado, que detinha quase a totalidade (99,4%) das ações, não havia necessidade de uma estrutura maior. Os acionistas minoritários, em sua maioria, pessoas físicas, eram atendidos pelas agências, mas de qualquer forma, não havia uma demanda significativa por partes destes.

A Oferta Pública de ações do Banrisul começou a ser pensada ainda em 2006. Deu-se início às negociações em fevereiro de 2007 e foi concluída em tempo recorde, em julho de 2007. Com a oferta, a visibilidade, bem como a qualificação do quadro de acionistas do banco, exigia uma estrutura que suportasse a nova demanda, infinitamente maior do que o banco estava acostumado a atender. Inclusive, tornou-se necessário pessoal com conhecimento de língua estrangeira para atender os novos acionistas provenientes da oferta no exterior, que após a conclusão da mesma, mostrou-se a maioria da prospecção. Ainda, esse pessoal qualificado que o banco estava buscando deveria sair do quadro funcional que o banco já possuía, visto que a contratação de funcionários ocorre via concurso público e evidentemente, não haveria tempo hábil para a realização de um novo concurso, recrutando pessoal qualificado.

A Unidade Financeira era composta pela Gerência Operacional de Investimentos, Gerência de Mercado Financeiro, Gerência de Análise Técnica, e agora pela Gerência de Relações com Investidores e Mercado de Capitais. A área responsável pelo atendimento aos acionistas e órgão do mercado era vinculada à Gerência Operacional e passou a fazer parte da nova gerência.

Inicialmente, a nova gerência foi composta pelas duas funcionárias que já atendiam aos acionistas, uma delas com conhecimento básico de língua inglesa, com a inclusão de outro funcionário vindo por meio de transferência de outra área e o gerente executivo designado para a função. Este último necessitava possuir conhecimento da instituição, contabilidade, mercado, língua inglesa, entre outros. O gerente designado, profissional de carreira, passou por áreas como câmbio, controladoria e financeira, com largo conhecimento da língua inglesa, tendo executado trabalho no escritório do banco nas Ilhas Cayman por um período de 4 anos e diversas especializações afins. Posteriormente, a gerência recebeu outro funcionário, desta vez, transferido da Unidade de Governos, com vasta experiência no âmbito de ações listadas em bolsa, uma vez que iniciou sua carreira na corretora, instituição incorporada pelo Banrisul. Este, na ocasião de sua transferência para a gerência de Relações com Investidores (RI), era vice-presidente da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais do Rio Grande do Sul (APIMEC SUL), paralelamente a sua atividade junto ao banco.

Para atender a diversas demandas, entre elas, captação de gente nova para garantir a continuidade da área, qualificada para exercer trabalho diferenciado, e de fácil adaptação a mudanças, a Unidade Financeira optou por realizar um processo seletivo interno para ocupar vagas em todas as gerências desta unidade, e a gerência de RI também foi contemplada com o preenchimento de mais uma vaga, atendendo ao perfil buscado. A nova aquisição do departamento, vinha da rede de agências, tendo passado recentemente um ano em Londres. Para completar o quadro funcional do departamento de RI, este recebeu mais uma funcionária que chegava de sua licença-maternidade. Esta, com uma experiência de 10 anos na unidade financeira. Por volta de março de 2008, a gerência já contava com 7 funcionários, sendo um gerente executivo, dois analistas responsáveis pela custódia das ações e 4 analistas responsáveis pelo relacionamento com os investidores e o mercado. Em meados de 2009, a gerência recebeu outra transferência proveniente da Unidade de Câmbio para substituir uma funcionária que estaria entrando em licença-maternidade, bem como atender a outras demandas da área.

Tendo em vista que a área ainda carecia de forte conhecimento de língua inglesa, a Unidade Financeira decidiu oferecer a todos os seus funcionários, inclusive das demais gerências, aulas de inglês. Buscando qualificação, os funcionários ainda puderam contar com auxílio financeiro para cursos de pós-graduação.

No início das atividades do departamento, foram recrutados de outras áreas 5 estagiários para atender às solicitações e questionamentos dos acionistas que já faziam parte da base acionária do banco, como também esclarecer dúvidas de investidores potenciais. Isso foi necessário porque, para preparar o Banrisul para a Oferta, o banco procedeu movimentações na posição acionária já existente após um longo período sem alterações, gerando uma mala direta aos acionistas a cada movimentação, tais como bonificação e grupamento. Este volume alertou os acionistas que começaram a procurar o banco. Dentre esses, apareceram diversos acionistas que nem lembravam mais que possuíam ações do banco, bem como herdeiros de acionistas já falecidos.

O banco possuía dois tipos de ações: ordinárias (ON) e preferenciais nominativas (PN). A ação PN foi convertida em ação preferencial nominativa classe A (PNA) conversível em ON ou PNB, e foi criada a ação preferencial nominativa classe B

(PNB). Em decorrência do aumento do Capital Social pela incorporação de Reservas de Lucros, foram emitidas 10.269.234.346 ações bonificadas aos acionistas. As novas ações foram emitidas à proporção de uma nova ação PNA para cada quatro ações que o acionista possuía, independente da espécie de ação detida por cada acionista. Posteriormente, ocorreu grupamento de ações na razão de 150/1 ações. Concomitantemente, as ações, que eram negociadas em lotes de mil, passaram a ser cotadas unitariamente. Essas movimentações foram deliberadas com o objetivo de ajustar o valor unitário de cotação das ações aos padrões do mercado, reduzir custos operacionais e aumentar a eficiência do sistema de registro de informações aos acionistas, facilitando a compreensão e análise por parte do mercado. A venda das frações provenientes desse grupamento e da bonificação foi realizada em dois leilões, conforme abaixo:

Dados do Leilão de 23/04/2008:

| Tipo | Quantidade | Cotação (R\$) por ação | Valor (R\$) |
|------------|------------|------------------------|-------------|
| ON | 17.607 | 9,50 | 167.266,50 |
| PNA | 35.053 | 9,38 | 328.797,14 |
| Corretagem | | | 2.679,13 |
| TOTAL | | | 493.384,51 |

Dados do Leilão de 30/04/2008:

| Tipo | Quantidade | Cotação (R\$) por ação | Valor (R\$) |
|------------|------------|------------------------|-------------|
| ON | 72 | 9,75 | 702,00 |
| PNA | 155 | 9,38 | 1.453,90 |
| Corretagem | | | 32,36 |
| TOTAL | | | 2.123,54 |

Após esse período de euforia, e à medida que os contratos foram vencendo, a gerência reduziu a zero seus estagiários, uma vez que a demanda desse tipo de atendimento reduziu consideravelmente, sendo possível de ser atendida pelos funcionários que já compunham a área em meio às demais atribuições.

Foi necessário construir uma cultura de RI dentro da organização, processo gradativo que iniciou pelo diretor financeiro e de relações com investidores, Ricardo

Hingel, com palestras ministradas por ele aos funcionários, onde ele explicava o que estava acontecendo e as implicações para o banco e seu quadro funcional. Foi lançada para a rede de agências uma Instrução Comercial detalhando os procedimentos que deveriam ser adotados pelos funcionários para atender aos acionistas. A Instrução Normativa, que disciplinava sobre as atribuições e os procedimentos operacionais, foi editada para contemplar as mudanças ocorridas com a criação da gerência de RI e as novas atribuições decorrentes da oferta e da adesão ao nível 1 de Governança Corporativa. A área passou a fazer parte dos treinamentos para os funcionários com o intuito de informá-los sobre os acontecimentos e prepará-los para prestar um bom atendimento aos acionistas.

O departamento firmou um contrato com a BOVESPA adquirindo acesso às informações pertinentes às negociações das ações Banrisul para acompanhamento diário. Para tanto, os funcionários elaboraram complexas planilhas de análise para acompanhar o andamento das ações e gerar relatórios com as informações relevantes a qualquer tempo, conforme demanda.

Foi necessária a construção de uma página na internet destinada ao relacionamento com os investidores, contendo informações pertinentes às ações e demonstrações financeiras, entre outros. Foram feitas várias reuniões com a área de Tecnologia da Informação do Banrisul, com o intuito de montar essa página. No entanto, foram identificadas algumas impossibilidades no que diz respeito a *know-how* no âmbito de comunicação com investidores e agentes de mercado. Faltava ao departamento conhecimento do funcionamento do mercado, de língua inglesa e seria necessário treinamento, sem o tempo hábil necessário para isso. Devido a essa impossibilidade do departamento de tecnologia de criar e acompanhar uma *website*, o banco teve que buscar estrutura e assessoria terceirizadas. Em 16 de abril de 2007, começou a negociar com a MZ Consult, que iniciou seu trabalho junto ao banco em maio do mesmo ano. O site foi criado em espaço sublocado, utilizando a plataforma da MZ. Esta se responsabilizou pela constante atualização da página de RI, assim como pela atividade de consultoria ao departamento de RI do Banrisul. Isso inclui assessoria nas divulgações de resultado, suporte na comunicação com os investidores, através do

envio de *mailings*, por exemplo, e serviço de tradução para os documentos que devem ser disponibilizados ao mercado.

Ainda, o departamento de RI conta com acesso à plataforma da Agência Estado para acompanhar as negociações em bolsa em tempo real. Esta se tornou a fonte de alimentação para o site no que tange às cotações das ações Banrisul.

O departamento de RI funciona com parte integrante da estrutura de geração de valor do banco. Ele não se limita à manutenção do *website*, tampouco à realização de reuniões com os investidores. O RI atua também na compreensão das informações que capacitam os investidores institucionais a realizarem um trabalho melhor ao avaliarem a companhia. Adiante, serão apresentadas as atribuições da gerência de RI do Banrisul.

7.1 ATRIBUIÇÕES DA GERÊNCIA DE RI DO BANRISUL

Para o Banrisul, a importância de uma relação transparente com o mercado está comprovada em suas ações que objetivam demonstrar e facilitar a disseminação de dados e informações sobre o Banco, proporcionando ao público especializado maior e oportuno conhecimento sobre o negócio. O departamento de RI do Banrisul objetiva dar suporte às atividades do banco no relacionamento com os agentes de mercado de capitais e com seu público estratégico, promovendo a interação entre as áreas de Finanças, contabilidade, planejamento, comunicação e marketing, criando um elo entre administração, acionista e agentes do mercado.

A gerência de RI busca atuar de forma estratégica na promoção e disseminação de informações transparentes, tempestivas e confiáveis sobre o Banrisul, que possibilitem uma avaliação da situação atual e das perspectivas do banco. Ela é responsável pela escrituração e custódia das ações do Banco, respondendo pelas informações aos acionistas, investidores, órgãos fiscalizadores, e mercado, não só no prazo legal, mas de forma clara, objetiva, consistente e equânime, nas versões de idiomas necessários para atender a todos os mercados em que o Banco possua títulos e valores mobiliários registrados e negociados (atualmente português e inglês). O RI

deve manter contato permanente com o acionista controlador, Diretoria, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas sobre a existência de fatos relevantes que devam ser objeto de divulgação. O departamento mantém a atualização e a consistência das informações divulgadas, observado as normas vigentes e os aspectos de segurança requeridos pelo Banrisul.

São atribuições da área de RI do Banrisul:

- Atuar como porta-voz do banco na comunicação com o mercado, com a base acionária e com os meios de comunicação;
- Atender aos órgãos reguladores, entidades e instituições do mercado, bolsas de valores e mercados de balcão;
- Desenvolver a cultura de companhia aberta junto ao público interno;
- Planejar e executar a divulgação de informações;
- Acompanhar as avaliações e análises feitas sobre a companhia e sobre a negociação dos valores mobiliários desta;
- Promover reuniões com analistas de investimento, acionistas e investidores potenciais;
- Disponibilizar ao mercado as informações no menor tempo possível;
- Garantir a equidade na distribuição da informação para o público local e internacional; e
- Utilizar a tecnologia e a mídia para agilizar a distribuição da informação (democratização via *website*, principal canal de comunicação de RI).



Figura 5 – Website do Banrisul

Desde o agrupamento e venda de ações ao mercado, o Banrisul fez-se presente em *roadshows*, conferências, reuniões (país e exterior) e reuniões APIMEC, realizando uma em Porto Alegre, por ser o local da sede do banco e outra em São Paulo, devido à concentração do mercado acionário. Nestes eventos, o Banrisul procurou esclarecer dúvidas e demonstrar os resultados, objetivos e estratégias da Empresa. Em junho deste ano, organizou pela primeira vez reunião pública APIMEC no Rio de Janeiro, iniciando o ciclo de reuniões públicas para o ano de 2009, no qual estão contempladas as cidades de São Paulo e Porto Alegre ao longo dos próximos trimestres.

No primeiro semestre de 2009, foram realizadas mais de 60 reuniões com analistas de mercado, investidores e acionistas, atingindo um público de aproximadamente 420 participantes locais e estrangeiros, com reflexos no volume de negócios de suas ações, especialmente com relação à ação PNB, listada na 79ª posição dentre as 100 ações mais negociadas em 2009 na BOVESPA ao final de junho do presente ano (83ª posição em doze meses). O Banrisul participou da *Brazil 2009* -

UBS Pactual Tenth Annual CEO Conference (São Paulo, fevereiro), do seminário *Brazilian Bank Outlook* promovido pelo Banco Banif (São Paulo, abril) e da *Latin American One on One Conference* promovida pelo UBS Investment Bank (Londres, junho).

Como resultado de sua atuação, o RI registrou variação positiva de 37,4% no semestre e negativa de 13,9% em doze meses, com relação à ação PNB do Banrisul, apresentando desempenho superior ao Índice Bovespa, com variações positiva de 27,9% e negativa de 18,8% no semestre e em doze meses respectivamente. O volume de negócios diários efetuados ao longo do primeiro semestre de 2009 superou em 151% o registrado no ano de 2008 e em 269% o apresentado no mesmo período do ano passado, atingindo média diária de 598 negócios de janeiro a junho de 2009 (238 em 2008 e 162 no primeiro semestre de 2008). O volume financeiro médio negociado diariamente, ao longo do primeiro semestre de 2009, foi de R\$6,4 milhões, superior em 10% ao registrado ao longo de 2008 e 1% acima do registrado no primeiro semestre de 2008. O Banrisul faz parte de índices da BOVESPA, tais como IBRX-100 e IGC.

Esses resultados são fruto de uma boa gestão de comunicação, gerando informações de qualidade ao mercado, o que constitui essencialmente a base da valorização de suas ações. A prestação de informações de forma consistente e eficaz é norteada por uma política de divulgação igualmente consistente.

7.2 POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO EXTERNA NO BANRISUL

É compromisso do Banrisul garantir qualidade e consistência das informações, assim como igualdade de tratamento, acesso a informação e prontidão no relacionamento com o mercado de capitais, respeitadas as exigências legais e regulatórias. O Banrisul adota práticas de relacionamento com seus Investidores e com o mercado em geral baseadas em total transparência acerca das informações disponíveis a respeito de suas atividades.

A atividade de Relações com Investidores é constituída pelo provimento de informações corporativas ao mercado de capitais, cujo público-alvo é composto por investidores, analistas de mercado, imprensa financeira especializada e demais interessados. A estratégia de comunicação do banco com o mercado é baseada em três elementos: relatórios e informativos obrigatórios, relatórios e informações suplementares (voluntárias) e interação direta com os agentes do mercado de capitais.

A Política de Divulgação do Banrisul é composta de um conjunto de procedimentos internos relativos a uso e divulgação de informações ao mercado de capitais, funcionamento do Comitê de Divulgação e negociação de valores mobiliários de emissão do banco. Consiste numa declaração genérica de compromissos, designando pessoas autorizadas a falar e suas responsabilidades, bem como um comitê de política de exposição, e instruindo funcionários quanto à divulgação de informações. Ela define ainda uma política sobre rumores e fornecimento de informações aos analistas. Esta política é revisada anualmente ou sempre que houver necessidade.

A Política de Divulgação do Banrisul define como ato ou fato relevante, por exemplo, qualquer decisão de acionista controlador, deliberação da Assembleia Geral ou dos órgãos de administração da companhia aberta, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos seus negócios que possa influir de modo ponderável na cotação dos valores mobiliários de emissão da companhia aberta ou a eles referenciados; na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter aqueles valores mobiliários; e/ou na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titular de valores mobiliários emitidos pela companhia ou a eles referenciados. Cumpre ao Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e, se for o caso, à bolsa de valores e entidade do mercado de balcão organizado em que os valores mobiliários de emissão do Banrisul sejam admitidos à negociação, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos seus negócios, bem como zelar por sua ampla e imediata disseminação, simultaneamente em todos os mercados em que tais valores mobiliários sejam admitidos à negociação.

A gerência é responsável pela divulgação dos resultados do banco, que é elaborada pela contabilidade, conjuntamente com a controladoria. São informações obrigatória e/ou eventuais que o banco presta, periodicamente ao mercado: Balanços; Demonstrações dos Fluxos de Caixa; Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFP) de cada exercício e Informações Trimestrais (ITR) nos três primeiros trimestres; Informações Anuais (IAN); Relatório de Administração (RA); Análise de Desempenho; Press Release; apresentação dos resultados via teleconferência; todas as apresentações objeto de reuniões e conferências; entre outros.

O Banrisul preocupa-se também em divulgar projeções ao mercado. O *guidance*, como é conhecido o conjunto de estimativas fornecido pelas empresas, foi sugerido pelo CODIM, em seu pronunciamento de orientação de 17 de abril de 2008. A divulgação de *guidance* aumenta o grau de transparência e torna mais adequado o nível de informação sobre as metas estratégicas da companhia, fornecendo uma referência sólida para que os analistas façam suas projeções. Estas são focadas em dados operacionais e estratégicos, de forma qualitativa e não apenas financeira. As perspectivas do Banrisul são revisadas trimestralmente.

Tabela 9 – Perspectivas do Banrisul

| Perspectivas Banrisul 2009 | Revisado 2T09 | Divulgado no 1T09 |
|--|--------------------------|------------------------------|
| Carteira de Crédito Total | 20% a 24% | 16% a 20% |
| Crédito Comercial Pessoa Física | 30% a 35% | 20% a 25% |
| Crédito Comercial Pessoa Jurídica | 15% a 20% | 15% a 20% |
| Crédito Imobiliário | 18% a 22% | 21% a 25% |
| Despesa Provisão Crédito/Carteira Crédito | 4% a 5% | 4% a 5% |
| Saldo de Provisão sobre a Carteira de Crédito | 10% a 11% | 10% a 11% |
| Captação Total | 14% a 17% | 14% a 17% |
| Depósitos a Prazo | 20% a 25% | 24% a 29% |
| Rentabilidade sobre o Patrimônio Líquido Médio | 16% a 18% | 17% a 18% |
| Índice de Eficiência | 48% a 52% | 46% a 51% |
| Margem Financeira Líquida sobre Ativos Rentáveis | 9% a 10% | 10% a 11% |

Com isso, o Banrisul busca atender às determinações da Instrução CVM 358, estabelece regras de conduta no que tange à divulgação e o uso de informações sobre ato ou fato relevante e à divulgação de informações na negociação de Valores

Mobiliários de emissão do banco. O documento da Política de Divulgação do Barrisul foi aprovado pela reunião do Conselho de Administração, realizada em 30 de julho de 2002.

Após a oferta, o banco teve 43% de *free float*, número que gira em torno de 20 mil investidores. Quem analisa os fundamentos do banco, acredita na sua capacidade de crescer e continuar entregando uma boa rentabilidade. Isso graças ao acesso a informações de qualidade, atualizadas e transparente, que mostram a solidez do banco.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Num cenário ideal, abrir o capital significa dedicar-se a um trabalho paciente, detalhista e, muitas vezes, exaustivo. Não é nada simples inculcar a cultura de uma companhia aberta em uma empresa que sempre viveu da porta para dentro. A premissa básica de uma companhia que deseja ser listada em bolsa é a criação de uma área de RI consistente, formada por profissionais que entendam profundamente do assunto e tenham habilidade para trocar conhecimento com a equipe, além de uma visão total do negócio. Não dá pra entender de números e não saber direito o que a empresa faz, como e onde produz, quais os custos e o setor em que está inserida. Um *website* bem elaborado será a porta de entrada da empresa e deverá estar recheado de informações sobre a companhia e o setor no qual está inserida.

A área de Relações com Investidores (RI) é dirigida aos acionistas, investidores, profissionais e analistas de mercado. Os benefícios do pleno funcionamento dessa área são diversos, podendo-se destacar o aumento do valor de mercado da companhia e da liquidez de seus valores mobiliários, a redução dos custos de captação, a atração dos investidores qualificados, o acesso ao mercado de capitais globalizado e o aperfeiçoamento da postura ética e da imagem institucional.

A razão de existir do RI é o fornecimento de informações suficientes para decisões mais fundamentadas sobre os fatores positivos e perspectivas fundamentais. Sua finalidade é fazer com que as melhores informações disponíveis sejam refletidas nos preços das ações para atingir o preço justo. O RI tem a função de administrar as expectativas dos investidores, afinal capital possui custo, e, portanto os investidores exigem retorno maior do que se investido num ativo livre de risco. O profissional de RI é o responsável pelas relações públicas da empresa, ele deve conhecer o que é relevante para o investidor; divulgar a informação e seu impacto nos resultados futuros, provocando uma reação favorável.

A mensagem da companhia deve permanecer consistente em todos os meios de comunicação e é tarefa do profissional de RI manter a reputação de transparência e credibilidade, atraindo um maior interesse do mercado na disputa pelo capital. O

departamento de RI tem um papel cada vez mais estratégico, sendo peça chave na implementação e na manutenção de programa de gestão responsável e de relacionamento. Os programas de RI devem passar pelas questões de Governança Corporativa e de Sustentabilidade, de forma a impactar positivamente na precificação justa dos títulos.

É tarefa da área de RI assegurar o menor tempo possível para a informação chegar ao mercado, com equidade na divulgação para o público local e internacional. Da mesma forma que o RI atua na criação de valor prestando informações de qualidade para o mercado, ele retorna o feedback do mercado para a empresa.

É cada vez mais intensa a presença de empresas brasileiras no mercado financeiro global, bem como o aumento do fluxo de capitais internacionais no Brasil, o que amplia a função da área de RI. Esta deve atualizar-se sobre tendências e demandas legais e contábeis que afetem a decisão de investir e acompanhar os principais índices de sustentabilidade empresariais e as tendências mundiais de governança.

O padrão de comunicação para as companhias abertas efetivamente mudou e acompanhar esta mudança não consiste mais em uma escolha, mas antes em imposição para a sua sobrevivência no mercado. Ainda que o ganho intangível gerado pelo maior cuidado com o relacionamento da companhia com o mercado não substitua fatores como rentabilidade e remuneração do acionista, ele constitui em importante diferencial quanto à atratividade da companhia, e acaba contribuindo para a qualificação desses fatores. Já não basta gerir bem sua produção, suas finanças e o marketing de seus produtos. A companhia aberta passa a ter o dever de administrar responsabilmente a forma como é percebida. Sua imagem e reputação exigem um investimento constante, que ao longo do tempo gerará retornos compatíveis via valorização de suas ações. Em suma, RI é uma função que requer especialização e, se bem desempenhada, proporciona a valorização da riqueza dos acionistas e a redução de custo de capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ROCHA, Carlos Fernando P. **O Departamento de Relações com Investidores: Um Estudo Exploratório**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

ROCHA, Carlos Fernando, PROCIANOY, Jairo. A Internet e as Relações com Investidores. **Revista RI**. Rio de Janeiro: IMF, n. 55, p. 24-27, set. 2002.

TERTULIANO, Francisco Augusto, PESSOA JR., Israel, AGUIAR, João Francisco, AYOUB, Rafic, TRACANELLA, Roberto & RIOLI, Vladimir Antônio. **Full Disclosure: como aperfeiçoar o relacionamento das empresas abertas com mercado de capitais**. São Paulo: Maltese, 1993.

ROSS, Stephen, WESTERFIELD, Randolph, JAFFE, Jeffrey. **Administração Financeira: Corporate Finance**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GRINBLATT, Mark, TITMAN Sheridan. **Mercados Financeiros & Estratégia Corporativa**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VILLELA SOUTO, Marcos Juruena. **Direito Administrativo Contratual**. Rio de Janeiro: Lúmen Jiris, 2004.

DEANE, Stephen. Governança Corporativa reduz o custo do capital e beneficia os negócios. **Revista RI**. Rio de Janeiro: IMF, p. 22-27, Set. 2004.

ROTTA, Cláudio. **A Governança Corporativa e as Decisões de Investimento**. N f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.

BOVESPA. Regulamento de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa. Disponível em: www.bovespa.com.br. Acesso em Fev 2009.

PLOGER, Alfried. As Bases da Boa Governança. **Revista RI**. Rio de Janeiro: IMF, p. 2, Mai. 2006.

CASAGRANDE NETO, Humberto, CINTRA NETO, Manoel Felix, MAGLIANO FILHO, Raymundo. **Mercado de Capitais**. São Paulo: Lazuli, 2002.

BANRISUL RI. Disponível em: www.banrisul.com.br/ri.

SOARES, Geraldo. A Evolução da Atividade de Relações com Investidores no Brasil. **Revista RI**. Rio de Janeiro: IMF, n. 120, p. 15-25, Mar. 2008.

CAPITAL ABERTO. **Relações com Investidores: Coletânea de Casos**. São Paulo: Simone Azevedo, n. 1, Jun. 2008. 58 p. Especial.

BOVESPA. Guia de Relações com Investidores.

MAHONEY, William. **Relações com Investidores: o Guia dos Profissionais para Marketing, Financeiro e Comunicação**. Rio de Janeiro: IMF, 1997.

MAHONEY, William. **Manual do RI: Princípios e Melhores Práticas de Relações com Investidores**. Rio de Janeiro: IMF, 2007.

GLOSSÁRIO

AÇÃO

Ação é um valor mobiliário que representa a menor parcela em que se divide o capital de uma empresa. Este título pode ser negociado em mercados organizados, como Bolsa de Valores.

AÇÃO ORDINÁRIA – ON

Ação Ordinária é aquela que concede o direito de voto ao acionista nas assembleias da empresa.

AÇÃO PREFERENCIAL – PN

Ação Preferencial é aquela que oferece preferência no recebimento da distribuição de resultados, sem direito a voto, ou com restrição.

APIMEC

Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, fundada em 1970. Promove atividades socioculturais que objetivam a integração, formação e especialização de seus associados. As empresas brasileiras realizam reuniões públicas nas sedes e representações das APIMEC's para o público em geral.

ASSEMBLEIA GERAL

Assembleia Geral é a reunião dos acionistas de uma sociedade, convocada e instalada conforme a lei ou o estatuto, com o objetivo de decidir sobre negócios da companhia e no interesse desta. É o órgão máximo da sociedade, tendo poderes para decidir sobre todos os negócios da companhia. Pode ser Ordinária (obrigatoriedade anual) ou Extraordinária.

BONIFICAÇÃO

Bonificação é a distribuição gratuita de novas ações aos acionistas, em função do aumento de capital por incorporação de reservas.

BOOKBUILDING

Bookbuilding é o processo de formação de preços, normalmente através de um leilão de oferta, que auxilia na definição da remuneração e outras características de títulos e valores mobiliários, de forma a refletir as condições de mercado por ocasião de sua efetiva colocação à venda.

BOVESPA

A BOVESPA é a sigla de Bolsa de Valores de São Paulo. Ela é uma associação civil sem fins lucrativos, com a finalidade de manter local ou sistema de negociação eletrônico, adequados ao encontro de seus membros e à realização de transações de compra e venda de títulos e valores mobiliários.

CAPITAL SOCIAL

Montante de capital de uma sociedade anônima que os acionistas vinculam a seu patrimônio como recursos próprios, destinados ao cumprimento dos objetivos desta.

CBLC

CBLC é a sigla da Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia. Presta serviços de compensação e liquidação física e financeira de operações realizadas nos mercados à vista e a prazo da BOVESPA, e de outros mercados, bem como a operacionalização dos sistemas de custódia de títulos e valores mobiliários em geral.

COMPANHIA ABERTA

Companhias cujos valores mobiliários são distribuídos publicamente e negociados em bolsa de valores ou mercado de balcão, mediante registro junto à CVM.

CONSELHO DE ADMINITRAÇÃO

É um órgão de deliberação colegiada, obrigatório nas companhias abertas, eleito pelos acionistas em assembleia geral. Compete ao conselho fixar a orientação geral dos negócios, eleger, fiscalizar a gestão e destituir diretores, convocar assembleia geral e escolher auditores independentes, entre outras atividades.

CVM

CVM é a sigla da Comissão de Valores Mobiliários. É uma autarquia federal que disciplina e fiscaliza o mercado de valores mobiliários, criada pela Lei 6.385/76.

DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Cargo exigido para as companhias abertas, preenchido mediante escolha do Conselho de Administração, conferindo a seu titular autorização para representar a empresa diante do mercado.

***DISCLOSURE* (transparência)**

Capacidade de informar satisfatoriamente ao mercado sobre o desempenho da companhia, os objetivos corporativos e a estratégia escolhida, por meio da geração e divulgação de informações obrigatórias e voluntárias da companhia.

DISTRIBUIÇÃO PÚBLICA

Oferta ao público investidor em geral de uma distribuição primária ou secundária, por meio de intermediário financeiro, registrada na CVM e de acordo com as regulamentações desta.

EMISSÃO PRIMÁRIA

Operação de lançamento de novos títulos, com o aporte de recursos para a companhia.

FATO RELEVANTE

Acontecimento empresarial e societário que pode afetar os preços dos valores mobiliários emitidos pela companhia e a decisão dos investidores em negociar aqueles valores ou exercer direitos a eles inerentes.

GRUPAMENTO DE AÇÕES

Grupamento de ações é a divisão do capital social em um número menor de ações com o conseqüente aumento do valor de mercado das ações.

IBRI

Instituto Brasileiro de Relações com Investidores, criado em junho de 1997. Associação de profissionais, que estão direta ou indiretamente ligados com as atividades de relações com investidores, com o objetivo de valorizar o papel da comunidade de profissionais de RI, contribuindo para seu fortalecimento e aperfeiçoamento.

ROADSHOW

Roadshow é a apresentação itinerante de alternativas de negócios financeiro para investidores, especialmente institucionais, especializados em negócios globalizados.

TAG ALONG

Tag Along é um instrumento que promove a extensão do prêmio de controle aos acionistas minoritários. Segundo a Lei das S.A., quando uma empresa é vendida, os minoritários detentores de ações ordinárias têm o direito de receber por suas ações, no mínimo, 80% do valor pago aos acionistas controladores da empresa. O estatuto social, a critério da empresa, pode determinar valor superior ou estender o direito às ações preferenciais.

UNIT

Certificado de Units são certificados de depósitos de títulos de valores mobiliários. Podem se compostos pela combinação de um ou mais tipos de valores mobiliários e são negociados como se fossem uma unidade. O Certificado de Units que o Banrisul entregou aos participantes da Oferta Pública de Ações era composto por duas Ações Preferenciais classe B do Estado e um Recibo de Subscrição de Ação Preferencial classe B do banco.